

استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports والإشباعات المتحققة منها، "طلبة الجامعتين: الأردنية واليرموك نموذجاً"

The use of Jordanian university students for BeIN Sports channels and the earned gratification from using them: Students of the University of Jordan and Yarmouk University as a Model

إعداد

غيث سالم علي العمري

401320153

إشراف

د. صبــاح ياسيــن

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام/ جامعة الشرق الأوسط

كانون ثاني/2016

تفويض

أنا غيث سالم علي العمري أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً والكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات أو المؤسسات المعنية بالأبحاث العلمية عند طلبها.

الطالب: غيث سالم علي العمري

التاريخ: 11-1-2016

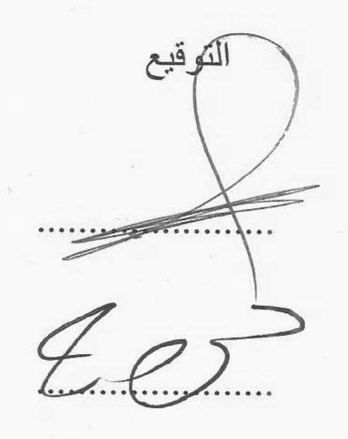
التوقيع: ....

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports والإشباعات المتحققة منها، "طلبة الجامعتين: الأردنية واليرموك نموذجاً"

وأجيزت يوم الاثنين بتاريخ: 11/ 1/ 2016 م

أعضاء لجنة المناقشة — التوقيع



د. صباح ياسين / مشرفاً ....

د. يوسف حميد / رئيساً للجنة ....

د. إبراهيم الخصاونة / عضواً خارجياً ....

شكر وتقدير

قال رسول صلى الله عليه وسلم: (لَا يَشْكُرُ اللَّهَ مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ) وقال عليه الصلاة والسلام: (مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِئُوهُ، فَانْ لَمْ تَجِدُوا مَا تُكَافِئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ)

يسعدني أن أتقدم بجزيل شكري وامتناني لأساتذتي الأفاضل في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، الذين ساهموا في مساعدتي، أخص بالذكر الدكتور صباح ياسين المشرف على هذه الرسالة، والذي قدم لي كامل الدعم من أجل انجاز هذه الدراسة واحتمل ظروفي المتكررة، ورئيس لجنة المناقشة الدكتور يوسف حميد الدكتور إبراهيم خصاونة مناقشاً خارجياً من جامعة البترا، والأستاذ الدكتور عزت حجاب عميد كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط، والدكتور كامل خورشيد، والأستاذة الدكتورة حميدة آل سميسم، والأستاذ الدكتور أديب خضور والدكتور محمد العدوان.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ الدكتور عطا الله الرمحين الذي كان أستاذي في مرحلة البكالوريوس وأستاذي أيضا في مرحلة الماجستير في هذه الجامعة.

والشكر موصول إلى كل من علمني حرفاً في جامعة جدارا أثناء دراستي للبكالوريوس، وإلى الأساتذة في جامعة اليرموك الدكتور علاء الدليمي والدكتور محود السماسيري والدكتور علي الزينات والدكتور حاتم العلاونة وأستاذي في مرحلة البكالوريوس الذي لطالما أجده إلى جانبي الدكتور يوسف أبو عيد.

وأبعث امتناني إلى الأستاذ حبيب زعبلاوي من شبكة قنوات BeIN Sports الذي وقف إلى جانبي طوال فترة الدراسة.

كما أتقدم بالشكر الى الأصدقاء عدي قاقيش وأشرف شبيب ومحمد الخصاونة وشادي السليتي وكل الباقيين مما خانتني الذاكرة، ممن قدموا لي المساعدات والتسهيلات لإتمام هذا العمل.

كما أتقدم بالشكر إلى الزملاء والزميلات وأخص بالذكر الزميل محمد الرحاحلة والزميلة العزيزة آية السيد، والزميل الذي كان بمثابة النور عند دخولي إلى الجامعة مهند أبو زينة من فلسطين الحبيبة.

الإهــداء

إلى من احتمل عناء الغربة بعيداً عن أبنائه ووطنه .. إلى من احتمل شقاء المعيشة وظروف الحياة .. إلى أصدق الرجال .. إلى السند والعون .. إلى من يدفعني دوماً نحو الإنجاز ..

"أبي"

إلى من سهرت الليالي واحتملت عناء تلبية طلباتي التي لا تنتهي وترتيب أوراقي المبعثرة دوماً .. إلى أحن البشر وشمعة الأمل ..

"أمي"

إلى صاحبة الحكمة .. والمرجع الدائم .. إلى "جدتي" أدامها الله بالصحة والعافية

إلى أخي الأكبر .. إلى من ساندني في كل خطواتي

"علي"

إلى من يقدمون لي الدعم دوماً وأجدهم من حولي في السراء والضراء ..

"أخواتي وعائلاتهم"

إلى صديقي في الغربة ..

" محمد السعدي"

وإلى أرواح من نفتقدهم في هذه اللحظة ..

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملحقات

استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports والإشباعات المتحققة منها، "طلبة الجامعتين: الأردنية واليرموك نموذجا"

The use of Jordanian university students for BeIN Sports channels and the earned gratification from using them: Students of the University of Jordan and Yarmouk University as a Model

إعداد: غيث العمري

إشراف: د. صباح ياسين

الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة استخدامات طلبة الجامعات الاردنية لقنوات شبكة BeIN Sports، الإشباعات المتحققة جراء استخدامهم لهذه القنوات، وأيضا إلى الوقوف على كيفية وحجم استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports، والدوافع إلى استخدام الشبكة من قبل طلبة الجامعات.

ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث في دراسته على استخدام المنهج الوصفي، باعتباره المنهج الملائم للتعرف على آراء المبحوثين، واستخدم الباحث أسلوب المسح (الاستبانة) لجمع البيانات، وقد تم اختيار العينة بطريقة العينة القصدية العشوائية وتتكون من (400) مفردة من طلبة الجامعات الاردنية (الجامعة الاردنية وجامعة اليرموك).

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها ما يلي:

1. يتابع طلبة الجامعات الأردنية شبكة قنوات BeIN Sports عبر اشتراك القنوات التلفزيونية بنسبة مئوية بلغت(56.2).
2. يفضل طلبة الجامعات مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports مساءً وبنسبة مئوية بلغت(80.5).

3. أظهرت النتائج الإحصائية أن الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports، حيث حل أولاً "متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديك. " بمتوسط حسابي (4.44) وبدرجة مرتفعة، يليها دافع " متابعة الفريق المفضل لديك". بمتوسط حسابي (4.40) وبدرجة مرتفعة، بينما بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال " الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports" (3.60) وبدرجة متوسطة.

4. أظهرت النتائج الإحصائية للإشباعات المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports، حيث حل في المرتبة الأولى "عززت معلوماتي الرياضية" بمتوسط حسابي (4.22) وبدرجة مرتفعة، يليها إشباع "معرفتي لآخر الأخبار الرياضية "بمتوسط حسابي (4.13) وبدرجة مرتفعة، بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports "(3.70) وبدرجة مرتفعة.

أما أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة، فهي:

1. العمل على التطوير الدائم والمستمر في تحسين الخدمة من قبل الشبكة لزيادة الإقبال على متابعة قنوات الشبكة من قبل الجمهور.

2. الاهتمام بالألعاب الرياضية الأخرى على غرار لعبة كرة القدم التي تأخذ الحيز الأكبر للمشاهدين.

3. إعداد برامج رياضية ممتعة تهدف إلى جذب المتابعين خلال الفترات التي لا تشهد أحداث ومباريات رياضية.

الكلمات المفتاحية: الاستخدام، طلبة الجامعات الأردنية، BeIN Sports، الإشباعات، الجامعة الأردنية، جامعة اليرموك.

ن

The use of Jordanian university students for BeIN Sports channels and the earned gratification from using them: Students of the University of Jordan and Yarmouk University as a Model

Ghaith Al-Omari

Dr. Sabah Yassin

Abstract

This study aims at identifying the use of BeIN Sports television network by students in Jordanian universities and identifying the degree of gratification achieved through the use of these channels. Additionally, the study aims at revealing the manner by which students use BeIN Sports network and the volume of this use, as well as the motives that prompt university students to use BeIN Sports network.

To achieve these aims, the researcher used the descriptive approach since it is appropriate to identify the participants' opinions. The researcher used the survey method (questionnaire) to collect the data, and the sample was randomly chosen to include (400) students from Jordanian universities (The University of Jordan and Yarmouk University).

Several results have been reached in this study; the most important among them are:

1. The percentage of Jordanian university students who watch BeIN Sports network via a television subscription is (56.2%).

2. The percentage of Jordanian university students who watch the news channel in the BeIN Sports network for less than 1 hour per day is (55.9 %), with a frequency of (207).

3. The percentage of university students who prefer watching BeIN Sports network at night is (80.5%).

4. Statistical results revealed the motives for watching BeIN Sports network, where ‘watching your favorite game’ came first with an arithmetic average of (4.44), representing a high degree, followed by ‘watching your favorite team’ with an arithmetic average of (4.40), representing a high degree. The total average of all segments of the motive for watching BeIN Sports network came at (3.60), representing a moderate degree.

5. Statistical results revealed the gratifications achieved through watching BeIN Sports network, where “improved my sports knowledge” came first with an arithmetic average of (4.22), representing a high degree, followed by “finding the latest sports news” with arithmetic average of (4.13), representing a high degree. The total average of all segments

of gratifications achieved through watching BeIN Sports network was (3.70), representing a high degree.

The study recommends the following:

1. Working on a sustained and ongoing development to improve the service provided by the network in order to increase viewer ratings.

2. Developing an interest in other sports, similar to that received by soccer.

3. Improving the news channel through the live-broadcast of a number of important sports events to increase the number of viewers.

4. Preparing interesting sports programs to attract more viewers during periods of sports events and matches.

Keywords: Uses, Jordanian university students, BeIN Sports channels, Gratification, University of Jordan, Yarmouk University

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة

مشكلة الدراسة

هدف الدراسة وأسئلتها

أهمية الدراسة

فرضيات الدراسة

حدود الدراسة

محددات الدراسة

مصطلحات الدراسة

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة:

لم تعد الرياضة مجرد وسيلة للتسلية فحسب، بل أضحت وسيلة فاعلة لتطور ثقافات الشعوب على مختلف الصعد، كونها تهتم في البناء القيمي والأخلاقي للشباب بشكل خاص، وللمجتمع بشكل عام. ومن هنا احتل النشاط الرياضي جانباً مهماً من مساحة اهتمام الفعاليات الإعلامية، وبالتالي أدى إلى المساهمة في خلق بيئة إعلامية تنافسية تعبر عن طبيعة النشاط الرياضي وأهدافه.

ومن أهم وسائل الإعلام المهتمة في الوقت الحاضر بالرياضة التلفزيون خاصة بعد التطور في نظام البث الفضائي. (النجار-2011 :99)

وتكمن أهمية الإعلام الرياضي في نقله للأحداث والمناسبات الرياضية حول العالم، كما أنه يساعد على تكوين الرأي العام حول حادثة أو مشكلة أو موضوع هام يتعلق بالمجال الرياضي.

وظهر الإعلام الرياضي في الوطن العربي في الثلث الأول من القرن العشرين عندما صدرت مجلة النادي الرياضي العراقية في عام 1922، وظهرت بعد ذلك مجموعة من الصحف الرياضية بهدف نقل الأحداث الرياضية وتغطيتها، ومن ثم ظهر التلفزيون الرياضي في الوطن العربي نتيجة ظهور القنوات المتخصصة فكانت أول قناة رياضية متخصصة تتبع لشبكة راديو وتلفزيون العرب ART. (الراوي–2010 :48)

في الأردن، وعلى الرغم من تميز التلفزيون الأردني المحلي في نقل الأحداث الرياضية في نهاية القرن العشرين، إلا أن سوق الاحتكار وارتفاع أسعار البطولات والأحداث الرياضية وارتفاع تكاليف أساليب النقل الحديثة أدت إلى تراجع مستوى نقله للأحداث، حيث ظهر بأن ما نسبته 94% من الجمهور الأردني غير راضٍ عما يقدمه التلفزيون المحلي، الأمر الذي أدى إلى الانتقال إلى متابعة القنوات الفضائية العربية الرياضية. (الغد-2006)

وفي ظل المنافسة الشديدة بين القنوات الفضائية الرياضية في المنطقة العربية تميزت شبكة قنوات الجزيرة الرياضية التي انتقلت للبث تحت مسماها الجديد BeIN sports في عام 2014، ممتدة باسمها الجديد للبث على مستوى العالم بأكمله وبلغات مختلفة، وخاصة عقب احتكارها لنقل وتغطية أهم البطولات والأحداث الرياضية لتحصل على نسب مشاهدة مرتفعة بالرغم من استخدامها لنظام البث المشفر.

ويقوم البحث على دراسة متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports من حيث استخداماتهم لتلك القنوات والإشباعات المتحققة منها، ويجري الباحث دراسة على عينة من طلاب الجامعات الأردنية بغية الوصول إلى النتائج التي تهدف إليها الدراسة.

ويهدف البحث إلى التعرف على طريقة متابعة طلاب الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports، والدوافع التي تقودهم لمتابعة الأحداث الرياضية عبر تلك القنوات.

وتتميز الدراسة كونها تهتم في مجال بات يشكل استثماراً هاماً تنافسياً وسياسياً على مستوى العالم، إضافة لكونها تهتم أيضا في مجال هام لفئة واسعة في قطاعات المجتمع وهي الشباب.

مشكلة الدراسة:

تسهم الرياضة إسهاما فاعلا في الحياة الاجتماعية، إذ أنها باتت تؤدي دوراً رئيسياً في تشكل اتجاهات الرأي السياسية والثقافية لدى الشعوب، مما أدى إلى زيادة حاجة الجمهور إلى متابعة الأخبار والأحداث الرياضية على مختلف مستويات النشاط الإعلامي وفي المقدمة منه التلفزيون الفضائي.

وتتمثل مشكلة الدراسة في كيفية استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports، من خلال التعرف إلى عادات المشاهدة لقنوات BeIN Sports لدى عينة من طلبة الجامعات الأردنية، وما هي الإشباعات المتحققة من متابعة تلك القنوات؟

هدف الدراسة وأسئلتها:

تهدف الدراسة إلى الوقوف على كيفية وحجم استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports، وما هي الإشباعات المتحققة من استخدامهم لتلك القنوات، ومن ذلك تحددت أسئلة الدراسة فيما يلي:

1. ما طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟
2. ما أكثر الأحداث الرياضية التي يتابعها طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟
3. ما دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟
4. ما الإشباعات التي تحققها متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟
5. هل توجد علاقة ارتباطية بين متغيرات الدراسة للفئة المبحوثة من حيث (الجنس، والمرحلة الأكاديمية، والسنة الجامعية، ونوع التخصص، ومكان الإقامة) مع درجة الاستخدام؟

6. هل توجد علاقة ارتباطية بين متغيرات الدراسة للفئة المبحوثة من حيث (الجنس، والمرحلة الاكاديمية، والسنة الجامعية، ونوع التخصص، ومكان الإقامة) مع درجة الإشباع؟

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة لكونها تقدم ما يلي:

1. التعرف إلى حجم استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports.
2. التعرف إلى الإشباعات المتحققة من طلبة الجامعات الأردنية الأردني لشبكة قنوات BeIN Sports.
3. التعرف إلى تأثير المتغيرات المختلفة مثل (السن، والمرحلة الدراسية، ونوع التخصص) على حجم وكيفية استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الرياضية والإشباعات المتحققة منها.

فرضيات الدراسة:

1) توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports والإشباعات المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports؟
2) توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في الإشباعات المتحققة عن متابعة طلبة الجامعات الأردنية للمحتوى المقدم عبر شبكة قنوات BeIN Sports؟

3) توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة للفئة المبحوثة من حيث (الجنس، والمرحلة الأكاديمية، والسنة الجامعية، ونوع التخصص، ومكان الإقامة) مع درجة الاستخدام؟

4) توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) في العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة للفئة المبحوثة من حيث الجنس والمرحلة الأكاديمية والسنة الجامعية، ونوع التخصص، ومكان الإقامة) مع درجة الإشباعات؟

حدود الدراسة:

الحد المكاني: الجامعات الأردنية: اليرموك، الأردنية.

الحد الزماني: من 6/1 لغاية 12/1 (2015)

الحد البشري: اقتصرت الدراسة على طلاب الجامعات الأردنية المسجلين في الفصل الدراسي الأول للعام الدراسي 2016/2015، والذين يتابعون قنوات BeIN Sports.

محددات الدراسة:

1) واجه الباحث صعوبة في الحصول على معلومات من قبل العاملين في شبكة قنوات BeIN Sports لامتناعهم عن التصريح، أو عدم الرد أساساً، أو الطلب من قبلهم على عدم ذكر أسماء البعض منهم.

2) شح المراجع في تاريخ الإعلام الرياضي العربي ما شكل صعوبة في الوصول إلى المعلومة.

مصطلحات الدراسة:

BeIN Sports "**اصطلاحا**": (be in) تعني في اللغة العربية "يكون في"، sports تعني الرياضية، وتعني في مجملها يكون في مجال الرياضة، ويعني الشعار في مجمله وجود الشبكة في قلب الأحداث الرياضية.

BeIN Sports "**اجرائيا**": شبكة رياضية تحتوي على مجموعة من القنوات، وتغطي مناطق مختلفة على مستوى العالم، تأسست قنواتها العربية من ضمن شبكة الجزيرة الإخبارية في عام 2003 تحت مسمى الجزيرة الرياضية، وانتقلت لمسماها الجديد في عام 2014.

الاستخدامات "**اصطلاحا**": الاستخدام في اللغة من استخدم خادماً، أي اتخذ الشخص خادماً، ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدام، واصطلاحا تعني، تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية. (ياسين-2011 : 69)

استخدامات "**اجرائيا**": وهي عملية المتابعة التي يقوم بها الفرد للبرامج الرياضية التي تقدمها شبكة قنوات BeIN Sports.

الإشباعات: إرضاء رغبة أو بلوغ هدف، وتدل الكلمة على الحال الذي يتم فيها ذلك. (نقلا عن أبو شنب، 2005).

اشباعات المحتوى "**اصطلاحا**": وهي الإشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية، وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة. (مكاوي والسيد-2003 :248)

اشباعات المحتوى "اجرائيا": وهي الإشباعات التي تنتج عن تعرض طلبة الجامعات الأردنية للبرامج الاحداث الرياضية التي تعرضها شبكة قنوات BeIN Sports.

الإشباعات العملية "اصطلاحا": وهي الإشباعات التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة. (مكاوي والسيد-2003 :248)

الإشباعات العملية "اجرائيا": وهي الإشباعات الناتجة عن اختيار طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports، دون الارتباط بالبرامج والأحداث الرياضية التي تقدمها الشبكة.

طلبة الجامعات: هم الطلبة الذين أهلتهم دراستهم الثانوية إلى دخول الجامعات للدراسة فيها، والاستفادة من خدماتها التعليمية.

الجامعة الأردنية: جامعة حكومية أردنية تقع في العاصمة الأردنية عمان تأسست عام 1962، ومنذ ذلك الحين نذرت نفسها لتواكب مسيرة التميز والتقدم في المعرفة خطوة فخطوة.

وتحقيقا للرؤية التي تبنتها الجامعة بأن تكون مؤسسة تعليمية بحثية مجتمعية وشاملة، فقد وضعت بين أيدي طلبتها خيارات واسعة من البرامج الأكاديمية، إذ أتاحت لهم الاختيار من بين أكثر من 3500 مقرر تعليمي تقدمها 18 كلية.

وتستعين الجامعة بكادر مؤهل ومتميز ليكون على قدر طموحها وتطلعاتها في التميز يتجاوز 1086 عضو هيئة تدريس في الجامعة على قدر الحمل والمسؤولية المنوطة بهم في نقل المعارف، وتقديم التعليم الخاضع لمقاييس الجودة إلى حوالي 38000 طالب في برامج البكالوريوس والدراسات العليا، لما يتمتعون به من عقلية نقدية ونظر ثاقب، مكنهم بالقدرة على استشراف المستقبل ورصد توقعاته، ورسم الخطط المستقبلية المناسبة.

وتدأب الجامعة الأردنية على تطوير برامجها، فتقدم على مستوى البكالوريوس 63 برنامجا مختلفا في الآداب وإدارة الأعمال والعلوم والشريعة الإسلامية والهندسة والقانون والتربية الرياضية والصيدلة وطب الأسنان والعلوم الاجتماعية والإنسانية وعلوم التأهيل وتقنية المعلومات وأحدثها الفنون والتصميم.

أما على مستوى الدراسات العليا، فتوفر 30 برنامجا للدكتوراه، و 81 برنامجاً للماجستير، و 16 برنامجاً للتخصصات العليا في الطب وبرنامجا واحدا للتخصص العالي في طب الأسنان، و 3 برامج دبلوم، و 6 برامج ماجستير متعددة التخصصات من بين طائفة واسعة من التخصصات الأكاديمية. (ju.edu.jo)

جامعة اليرموك: جامعة أردنية حكومية تقع في مدينة إربد شمال الأردن، تأسست عام 1976 بأمر ملكي من الملك حسين بن طلال طيب الله ثراه وشهدت توسعاً كبيراً منذ ذلك الوقت. غير أن انفصال الكليات التطبيقية عنها تحت مسمى جامعة العلوم والتكنولوجيا جعلها متخصصة في العلوم البحتة باستثناء كلية الحجاوي للهندسة التطبيقية التي أصبحت تمنح شهادة البكالوريوس في الهندسة التكنولوجية إلى أن تم افتتاح مجمع الكليات الطبية مجددا للعام الدراسي 2014/2013. وهي أول مؤسسة للتعليم العالي المعروف عنها بالنهج المبتكر في إدارة المؤسسات وتنمية الموارد البشرية والسعي إلى التفوق في البحث والتدريس في مختلف مجالات الفنون والآداب والعلوم الاجتماعية.

وتضم الجامعة 16 كلية في نظام البكالوريوس، 13 منها تمنح شهادة الماجستير، و 3 تمنح شهادة الدكتوراه. (yu.edu.jo)

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: "نظريات الدراسة"

- **أولاً:** نظرية الاستخدامات والإشباعات
- **ثانياً:** نظرية الاعتماد

المبحث الثاني: "الأدب النظري"

المطلب الأول: "الإعلام المتخصص"

- **أولاً:** ما هو الإعلام المتخصص؟
- **ثانياً:** الصحافة المتخصصة
- **ثالثاً:** سمات الإعلام المتخصص
- **رابعاً:** مقومات الإعلام المتخصص المتميز
- **خامساً:** نشأة الصحافة المتخصصة في العالم
- **سادساً:** نشأة الصحافة المتخصصة في الوطن العربي
- **سابعاً:** نشأة التلفزيون المتخصص في العالم
- **ثامناً:** نشأة التلفزيون المتخصص في الوطن العربي

المطلب الثاني: "الإعلام الرياضي"

- **أولاً:** التعريف بالإعلام الرياضي وأهدافه
- **ثانياً:** خصائص الإعلام الرياضي
- **ثالثاً:** التلفزيون الرياضي في العالم
- **رابعاً:** الإعلام الرياضي في الوطن العربي
- **خامساً:** التلفزيون الرياضي في الوطن العربي
- **سادساً:** البث الفضائي في الوطن العربي
- **سابعاً:** حقوق البث التلفزيوني
- **ثامناً:** التشفير التلفزيوني
- **تاسعاً:** التشفير في الوطن العربي

المطلب الثالث: "قنوات BeIN Sports (الجزيرة الرياضية)"

- **أولاً:** نشأة قنوات BeIN Sports (الجزيرة الرياضية)
- **ثانياً:** نمو قنوات BeIN Sports (الجزيرة الرياضية)
- **ثالثاً:** شبكة قنوات BeIN Sports العربية في مسماها الجديد

المبحث الثالث: "الدراسات السابقة"

المبحث الأول

نظريات الدراسة

أولاً: نظرية الاستخدامات والإشباعات

لجأ الباحث إلى استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات لأنها تدرس طبيعة تعامل واستخدام المستقبل للوسيلة، وتكشف دوافعه إلى القيام بذلك، كما أنها تبحث في الإشباعات المتحققة من استخدامها من قبل الفئة المتابعة لها، وتفرض النظرية أن الجمهور هو من يختار الوسيلة وليست الوسيلة هي من تختار الجمهور.

وتضع نظرية الاستخدامات الحاجات وتلبيتها في الاعتبار الأول في إطار التوجه نحو المتلقي كونها نقطة بدء بدلاً من الرسالة وتهدف إلى شرح سلوكه الاتصالي فيما يتصل بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الإعلام لأن الأفراد يوظفون الرسائل بدلا من التصرف سلباً حيالها. (العبد-1997: 198)

وبصفة عامة فإن مدخل الاستخدامات والإشباعات يسعى إلى الإجابة عمن يتساءل عن أسباب اختيار الجمهور لمضمون إعلامي دون الآخر، وترى نظرية الاستخدامات والإشباعات أن الجمهور يستخدم المنتج الإعلامي لإشباع رغبات معينة لديه، وأهمها الحصول على المعلومات أو الترفيه أو التفاعل الاجتماعي أو تحديد الهوية. (المشاقبة-2011: 89)

وظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف كاتز وبلوملر Elihu Katz and Blumler Jay عام 1974، ويتركز هذا الكتاب حول

الفكرة الأساسية لتصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض لها من جانب أخر. (محمود–2003: 525)

مدخل الحاجات والدوافع

تعتبر الحاجات والدوافع من العوامل المحركة للاتصال، وبصفة خاصة تلك الحاجات والدوافع التي يتوقع الفرد أن يشبعها ويلبيها له الآخرون لتحقيق التكيف مع البيئة.

وتعرف الحاجة بأنها افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع. والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية.

أما الدافع فيعرف بأنه حاله فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما. أو يشبع أو يرضي حاجة ما.

ويعتبر إشباع الحاجات وتلبية الدوافع ضرورة لدى الفرد حتى يتحقق له الاتزان النفسي الذي يساعد على استمرار التواصل مع الآخرين والتكيف مع البيئة. وهذا ما يفسر سلوك الفرد إلى ما يشبع الحاجات التي يفتقدها في تعامله مع الغير بشكل مباشر أو غير مباشر. (عبد الحميد–2004: 279)

ومن العادة أن تسبق الحاجات الدوافع، فالحاجة تنشأ من الشعور بالنقص والحرمان من شيء ما لدى أفراد الجمهور مما يؤدي في التأثير في القوى الداخلية لدى الفرد (الدافع). (زهران–2005: 267)

ولذلك اهتم بعض الباحثين –ومنهم كاتز وزملاؤه (Katz el al 1974) –بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد ودوافعه ومحاولة إشباعها من خلال محتوى وسائل الإعلام، ووضع الباحثون ثلاث فروض أساسية وهي: (العبد، العبد–2008: 313)

- اعتبار المتلقي فرداً إيجابياً ونشطاً في اتصاله مع وسائل الإعلام.
- للأفراد المتلقين الحرية في الاختيار حسب الحاجة للإشباع.
- التنافس بين وسائل الإعلام ومصادر أخرى حول إشباع الحاجات.

فروض النظرية

يرى " كانز وزملاؤه " أن منظور الاستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض، تستند عليها نظرية الاستخدامات والإشباعات وهذه الفروض هي: (حجاب–2010: 297–301)

1– أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال، واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

2– الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.

3– التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4– يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه، وبدوافعه واهتماماته، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.

5- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.

دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، ويمكن إيجازها على النحو التالي: (مكاوي والسيد-1998: 245)

1) ينظر بعض الناس إلى الدوافع باعتبارها حالات دخيلة يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة وتفترض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل الإعلام تعكس سلوكاً إيجابياً ذا قيمة، أو اتجاهات ايجابية نحو وسائل الإعلام، وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر، ويسعى إلى إشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية الأساس للبحوث التي تقيس التماس الإشباعات من خلال دوافع الجمهور، وهي تقارن بين دوافع الفرد، واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام.

2) أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

3) أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى، فالحاجات الأساسية مثلاً قد تؤثر في تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة.

4) يتبنى (اوستن بابرو 1988) وجهة النظر الرابعة، ويرى أن سلوك تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ليس له أي دافع، وتتفق هذه النظرة مع الفكرة العامة التي ترى أن السلوك الإنساني يرتبط غالباً بالتعود أو اللامعقول، وفي هذه الحالة عندما يحدد أفراد الجمهور (دافع) التعرض، فانه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلاً من كونه ناجماً عن حاجات داخلية تدفع إلى سلوك التعرض.

أهداف النظرية

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق مجموعه من الأهداف الرئيسية وهي (محمود-2003، 255):

1- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.

2- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام، والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

3- التركيز على أن فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

أنواع الحاجات

تتمثل أنواع الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها عن طريق التعرض لوسائل الاتصال فيما يلي: (العبد والعبد-2008: 308)

احتياجات معرفية cognitive needs: وتتمثل في الحصول على المعلومات عن طريق الموضوعات وفهم البيئة المحيطة.

احتياجات عاطفية affective needs: وتتمثل في تحقيق المتعة وإشباع الحاجات الجمالية والعاطفية المختلفة مثل: الحاجة إلى الحب.

الحاجة إلى التفاعل الاجتماعي social interactive needs: وتتمثل في زيادة الاستقرار والثقة في الذات، وتأتي تلك الحاجات من رغبة الفرد في تقدير الذات.

أنواع الإشباعات

صنف "لورنس وينر" الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من أجل تحقيقها إلى نوعين: (مكاوي والسيد-2003: 249)

إشباعات المحتوى: وهي الإشباعات التي تنتج عن التعرض لمحتوى الرسالة الإعلامية وترتبط بها أكثر من ارتباطها بنوع الوسيلة المستخدمة، وتنقسم إلى نوعين:

1) إشباعات توجيهية: وتتمثل في مراقبة البيئة والحصول على المعلومات.
2) إشباعات اجتماعية: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

إشباعات العملية: وهي التي تتحقق نتيجة اختيار الفرد لوسيلة اتصال معينة ولا ترتبط بخصائص الرسائل، وتنقسم هذه الرسائل إلى قسمين:

1) إشباعات شبة توجيهية: تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات.

2) إشباعات شبة اجتماعية: تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام وتزيد هذه الإشباعات مع ضعف علاقة الفرد الاجتماعية وزيادة إحساسه بالعزلة.

الانتقادات التي وجهت إلى النظرية

وجه بعض الباحثين والمنظرين الإعلاميين هجوماً على هذه النظرية ومنظريها من منطلق أو منطلقات مزعومة بقدرة النظرية على إدارة الجمهور والرأي العام من باب الوسائل والمضامين التي يتم اختيارها، ومن أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الاستخدامات والإشباعات: (المشاقبة–2011، 85)

1) إنها تشابهت في استخدام نفس المنهج الذي يعتمد على الأسئلة المفتوحة للباحثين " Open Ended – Way "حول الإشباعات التي تقدمها وسائل الإعلام.

2) اشتركت في استخدام النهج الكيفي في محاولتها لجمع بيانات الإشباع من الجمهور في فئات مصنفة يتأجل توزيعها تكرارياً وتدريجياً تبعاً لكثافتها.

3) لم تحاول هذه الدراسات أن تكتشف الروابط بين الإشباعات التي يتم إقرارها وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي تم إشباعها.

4) فشلت هذه الدراسات في بحث العلاقات المتداخلة فيما بين الوظائف المتنوعة التي تقدمها وسائل الإعلام أيضاً كمياً أو مفاهمياً.

5) إن هذه الدراسات لم تعط صورة مفصلة وأكثر تصاعدياً لإشباعات وسائل الإعلام ولا تؤدي إلى صيغة نهائية لتعميمات نظرية.

ويرى الطالب في ضوء دراسته أن نظرية الاستخدامات والإشباعات قدمت تفسيراً لطبيعة وأسباب استخدام المتلقي للوسيلة التي يتابعها، من خلال النظر إلى حاجاته والدوافع المتشكلة والناتجة عن تلك الحاجات، وبالتالي اختياره للوسيلة التي يرغب بمتابعتها وخاصة في مرحلة زمنية بات أمام المتلقي خيارات عديدة للاختيار فيما بينها، وأضافت النظرية تفسيراً لما يحققه المتلقي بعد التعرض للوسيلة من خلال دراسة الإشباعات الناتجة عن التعرض وفقاً للدوافع ذاتها التي كانت سبباً لاختيار الوسيلة، مما يساعد على تفسير علاقة المتلقي بالوسيلة التي يتابعها ويسهم في تطور الوسيلة ذاتها، وبذلك تمثل النظرية مقاربةً مناسبةً للتعبير عن فرضيات الدراسة، والإجابة عن أسئلتها.

ومن هذا المنظور قام الطالب بالاعتماد على نظرية الاستخدامات والإشباعات في دراسته وخاصةً لكونها إحدى نظريات التأثير التي تفسر العلاقة بين المرسل والمتلقي.

ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم الفكرة الرئيسة التي تتبلور حولها هذه النظرية على أن المتلقي يعتمد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات تسهم في تكوين معارفه ومدركاته وتوجهاته إزاء ما يقع في المجتمع. ووفق هذه النظرية يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافاتهم في الأهداف والمصالح والحاجات الفردية، كما تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة .وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات، ويكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام في حالة عدم الاستقرار. (أبو شنب، تربان-2008: 4)

وتحدد نظرية الاعتماد طبيعة العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام؛ فكلما اعتمد الفرد على هذه الوسائل لإشباع حاجاته المعرفية، قامت الوسائل بدور مؤثر في حياة الفرد النفسية والاجتماعية، وبالتالي يزداد تأثيرها، وتعمل النظرية على تعريف دور الوسائل في عملية التنشئة الاجتماعية للفرد، وكذلك دورها في أوقات التغير والأزمات.

وبذلك تمثل وسائل الإعلام مصادر رئيسة يعتمد عليها أفراد الجمهور في استقاء المعلومات، وتتزايد درجة الاعتماد بتعرض المجتمع لحالات من عدم الاستقرار والتحول والصراع الذي يدفع أفراد الجمهور لاستقاء المزيد من المعلومات من وسائل الإعلام لفهم الواقع الاجتماعي من حولهم. (النجار -2004: 285)

محور النظرية

ترتكز هذه النظرية على أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية أن وسائل الاعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي يعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم والمعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها. (أبو إصبع ـ 2006: 262)

حيث يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام في تكوين اعتقاداته واتجاهاته إزاء الأحداث التي تقع داخل الواقع المحيط به وما يترتب عليها من سلوكيات وردود أفعال إزاء هذه الأحداث.

فروض النظرية

أولاً: تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة إلى المعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتمادًا على وسائل الإعلام.

ثانياً: يعد النظام الإعلامي مهمًّا للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته.

ثالثاً: يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة اختلافهم في الأهداف والحاجات الفردية. (الفليني ـ 1998: 34)

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح.

المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الافراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم.

وتعتبر عملية اعتماد الفرد على وسائل الإعلام أعقد من مجرد التعرض للوسيلة . فالتعرض قد يحدث على سبيل الصدفة أو لمجرد وجود عادة اتصالية، دون أن تعتبر الوسيلة مصدر للمعلومات ومرجعاً لاتخاذ القرارات. (مكاوي .2001: 34)

محددات النظرية وتداخلها مع باقي النظريات

انطلقت محددات نظرية الاعتماد من محددين اثنين حتى يكتمل الاعتماد ما بين الجمهور ووسائل الإعلام، وهما:

1) تقديم خدمات مهمة للجمهور عن طريق تحقيق أهداف ووظائف وسائل الإعلام المنوطة بها والأهم من ذلك هو إشباع حاجات الجمهور.
2) ارتفاع حدة وتيرة الصراع العسكري أو السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي.

ووجد الباحثون أن نظرية الاعتماد تتداخل مع نظرية الاستخدامات والإشباعات في أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته وللحصول على أهداف معينة، كما أنها تتداخل

مع نظرية الغرس الثقافي من منطلق أن كل منها يسعى إلى تشكيل الآراء والاتجاهات من خلال استمرار الجمهور على متابعة وسائل الإعلام. (المشاقبة – 2011: 96)

ويرى الطالب أن نظرية الاعتماد لم تتمكن من الوصول إلى تفسيرات فعلية ومنطقية للعلاقة بين المرسل والمستقبل، ولم تقدم إضافات فعلية للباحث عما وجده في نظرية الاستخدامات والإشباعات، كما أن النظرية وضحت العلاقة ما بين استقرار حياة المتلقي ومتابعته للإعلام على أنها علاقة عكسية، وهذا ما يراه الطالب بعيداً عن الواقع الذي نعيشه خاصة في ظل وجود القنوات التلفزيونية المدفوعة وغيرها من الوسائل التي تحتاج إلى ظروف مناسبة من أجل متابعتها، إلا أن الحروب والظروف المختلفة تدفع المشاهد بالوصول إلى المعلومة ما يجعله يحاول التعرض لوسائل الإعلام بشكل مستمر من أجل الوصول إلى الحقيقة، لكن هذا لا يعني أن الاستقرار يسبب خفض المتابعة.

المبحث الثاني

الأدب النظري

المطلب الأول: الإعلام المتخصص

أولا: ما هو الإعلام المتخصص؟

يعكس مفهوم الإعلام المتخصص طبيعة التنوع في توجهات واهتمامات وسائل الإعلام المعبرة عن تطور المجتمع بشكل عام وبالتالي تفرع اهتماماته نحو الموضوعات المختلفة في الحياة على الصعد السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية، إضافة إلى الحاجة إلى تلبية متطلبات الجمهور الذي ازدادت أعداده، لذلك يجب أن تقوم وسائل إعلامية مختارة بانتقاء أجزاء مناسبة من الأخبار والمعلومات تقدمها بما يناسب الاستعداد النفسي والثقافي والعمري لأفراد المجتمع، ويقوم ذلك على تجاوز النظرة الموحدة إلى هذا الجمهور باعتباره جماهير متنوعة الميول والرغبات والاهتمامات والاحتياجات، وهو المبدأ الذي قام عليه الإعلام المتخصص.

ويعرف الإعلام المتخصص بأنه نمط إعلامي معلوماتي يتم عبر وسائل الإعلام المختلفة، ويعطي جل اهتمامه لمجال معين من مجالات المعرفة، ويتوجه إلى جمهور عام أو خاص، مستخدماً مختلف فنون الإعلام من كلمات وصور ورسوم وألوان وموسيقى ومؤثرات فنية أخرى، ويقوم معتمداً على المعلومات والحقائق والأفكار المتخصصة التي يتم عرضها بطريقة موضوعية، وبهذا يستخدم الإعلام المتخصص مختلف عناصر الإعلام العام كالتشويق وأساليب العرض والتقديم من سرد ودراما وندوة وحوار وتمثيلية ومسلسل، ومقالة، وتحقيق وتقرير، وأفلام تسجيلية لتلبية متطلباته. (عمر-2001: 16)

ثانياً: الصحافة المتخصصة

تعد الصحافة عماداً لوسائل الإعلام لذا لا بد من التطرق لها عند الحديث عن أي نوع من الوسائل الأخرى، والصحافة المتخصصة هي الصحافة التي تظهر في مرحلة متقدمة من تطور المجتمع، وتسعى إلى تلبية الحاجات الإعلامية المتنوعة للشرائح المختلفة من القراء، إضافة لضرورة فهم مجالات الواقع كافة.

ومن أبرز جوانب مفهوم الصحافة المتخصصة، أنها تفرض تطور الإنتاج في مرحلة ما من مراحل تطوره، إضافة إلى زيادة التفاعلية والوصول إلى أوسع دائرة من المتابعين. (خضور-1994: 70)

وترتكز الصحافة المتخصصة على ركنين أساسيين وهما، المادة الصحفية المتخصصة والجمهور المتخصص من القراء، وفي ضوء هذا التصور نكون إزاء نوعين من الصحف المتخصصة، الأول منها صحف تقدم مادة متخصصة لجمهور متخصص من القراء، فالصحف النسائية أو الطبية أو الهندسية والإدارية أو الاقتصادية مثلاً تعرض مادة صحفية متخصصة لقراء متخصصين، وهي تتوجه لقطاع أو شريحة اجتماعية. (أبو زيد ـ 1986: 5)

أما النوع الثاني فهي الصحف التي تتولى مادة متخصصة لجمهور عام من القراء، كالصحف الرياضية أو الصحف الفنية، حيث تقدم مادة صحفية متخصصة إلى جمهور عام غير متخصص ولكن بموضوع متخصص، ويدخل في هذا النوع غالبية الصفحات المتخصصة في الصحف العامة مثل الصحف اليومية العامة والمجلات الأسبوعية العامة. (أبو زيد ـ 1986: 5)

ومن هذه الزاوية فإن الصحافة المتخصصة ومفهومها يشمل كلاً من الصحف المتخصصة، والصفحات المتخصصة في الصحف العامة.

ثالثاً: سمات الإعلام المتخصص

تتحدد سمات الإعلام المتخصص فيما يلي: (حافظ-1998 :19)

1) أنه إعلام جاد ومتعمق وهادف بطبيعته ويتسم باهتمامه بالنوع أكثر من اهتمامه بالكم.

2) يعتمد بشكل أساسي على الأساليب العلمية كاستخدام البحث والتحليل المتعمق والتفسير والوصول إلى نتائج مسببة منطقياً وعقلياً بناءً على سند علمي صحيح.

3) يقوم على واقع الاحتياجات والمتطلبات الفعلية لمختلف الاهتمامات الخاصة بالجماهير على تعدد وتنوع شرائحهم أو فئاتهم، فهو إعلام متطور ومتجدد باستمرار سواء في مادته ومحتواه أو في مجالات تخصصه.

4) يتناسب أكثر مع الجماهير النوعية والمتخصصة ويتيح السيطرة على ظروف التعرض لما يحتويه من دراسات وتحليلات متعمقة.

رابعاً: مقومات الإعلام المتخصص المتميز

تسعى وسائل الإعلام إلى الريادة، وللوصول إلى ذلك عليها بالتميز عن باقي الوسائل المنافسة، وتعد الأمور التالية مقومات للتميز: (الخضور- 2015: 9-19)

المجال المتميز؛ وينطبق ذلك من خلال طبيعة ونوعية القوانين العاملة والمنظمة للحياة في هذا المجال، وطبيعة ونوعية القوى الفاعلة فيه، ودرجة التطور المتحقق، ووزنه وثقله في حياة الفرد والمجتمع، ونوعية الشخصيات الفاعلة وآلية اتخاذ القرار وصنعه ونظرة المجتمع وتقييمه له، وحجم

الشرائح الاجتماعية التي يضمها هذا المجال أو يعنيها، ونوعية الحاجات وطبيعتها التي يسعى إلى إشباعها.

الموضوع المتميز؛ ويتصف الموضوع المتميز من خلال طبيعته ومصادره والمعايير المستخدمة لتحديده إضافة الهدف منه والجمهور المستهدف وطرق المعالجة المستخدمة والأساليب المتبعة في التقديم ونوع الوسيلة المستخدمة.

الحدث المتميز؛ ومن صفات الحدث المتميز تحديد منظومة القيم المعتمدة في تقييم الحدث وفهمه ومعالجته إعلامياً واستخدام الوقائع المهمة، وذات الدلالة، والتي تشكل انعطافات مهمة في تطور الحدث، وتساعد المتلقي على وعي الحدث وفهمه، إضافة إلى ترتيب العناصر الإخبارية وفق تسلسل أهميتها ومعالجة الحدث إعلامياً بما يخدم ويصب في المجرى التفاعلي للمتلقي. واختيار النوع الاتصالي المناسب والوسيلة الاتصالية المناسبة.

المصادر المتميزة؛ تعد الهيئات والجهات العلمية والأكاديمية والبحثية والشخصيات العلمية في المجالات المختلفة مصادر أساسية للإعلام المتخصص.

ويعتمد الإعلام المتخصص على الشخصيات التي تحتل مواقع رسمية مهمة في مختلف جوانب المجال إضافةً إلى الدوريات، والمجلات المتخصصة، والنشرات والتقارير العلمية.

الجمهور المتميز؛ إن تواصل الوسيلة الإعلامية مع جمهورها هو المؤشر الحقيقي لنجاحها، وبالتالي لمقدرتها على تحقيق مهامها وإنجاز وظائفها.

وتتصف علاقة الوسيلة الإعلامية بجمهورها بأنها ذات طابع حركي وديناميكي، يتسم بالتغيير. ليس ثمة أي شيء ثابت في علاقة الوسيلة الإعلامية بجمهورها سوى حقيقة هذا التبدُّل المستمر في طبيعة هذه العلاقة ومضامينها وأشكالها.

يتميز جمهور الوسائل الإعلامية الجماهيرية وفق معايير أبرزها الكم والنوع، والموقع الذي يحتله على الخريطة الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية، ودرجة تجانسه ومكان تواجده، وجنسه وسنه، ومستوى تعليمه وثقافته، إضافة إلى خبرته الاتصالية وعاداته الاتصالية، ومواقفه واتجاهاته، ومستواه المادي، ونمط الثقافة الفرعية السائدة في أوساطه.

الكادر المتميز؛ ويمكن الحصول على الكادر الإعلامي المتميز من خلال التأهيل الإعلامي بشقيه العام والخاص إضافة إلى التأهيل العلمي في مجال متخصص.

أسلوب المعالجة المتميز؛ يتميز الإعلام المتخصص النوعي عموماً باستخدام أساليب معالجة للأحداث والظواهر والتطورات أكثر شمولية وعمقاً من الإعلام العام إضافة لاعتماده على منهج التحليل العلمي للأحداث والظواهر والتطورات.

ويسعى الإعلام المتخصص النوعي إلى تقديم رؤية متوازنة للحدث أو الموضوع أو التطور، واستخدام مداخل إقناعيه وآليات تأثير مناسبة لمجال التخصص ولنوعية الجمهور.

خامساً: نشأة الصحافة المتخصصة في العالم

وثقت الدراسات الإعلامية التاريخية المختلفة أن أول مجلة متخصصة علمية ظهرت في فرنسا عام 1665 باسم مجلة العلماء، وكان ذلك في عصر النهضة، وهذا يدل على أن ظهور الصحافة المتخصصة جاء متوازياً مع الظروف في العصر الذي نشأت فيه، ولهذا يمكن اعتبار القرن التاسع عشر هو المرحلة الحقيقية الجديدة لظهور الصحافة المتخصصة بأشكالها وأهدافها الجديدة، فظهور الملاحق عن الصحف الكبرى التي تهتم بالاقتصاد والثقافة في فرنسا يمثل بداية جديدة للصحافة المتخصصة.

وظهرت الصحافة المتخصصة في بريطانيا في عام 1785 ممثلة في صحيفة التايمز، حيث اختار مالكها "جون والتر" الإعلان ليكون هو مادته الوحيدة، ويكون قراؤه هم رجال الاقتصاد بشكل أساسي.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية بدأت الصحافة المتخصصة عن طريق "بنجامين هاريس" في عام 1660حيث نشر صحيفة جديدة سماها الحوادث العامة الأهلية والأجنبية. (الهيتي ـ 2011: 10)

سادساً: نشأة الصحافة المتخصصة في الوطن العربي

ظهرت الصحافة العربية في عام 1828 عندما صدرت صحيفة الوقائع المصرية باللغتين العربية والتركية في عهد حاكم مصر آنذاك محمد علي نتيجة ادخال الطابعة إلى مصر عن طريق نابليون رئيس الجيش الفرنسي. بينما كان لهجرة الصحفيين إلى مصر عقب استلام السلطان عبد الحميد الحكم سبباً في ظهور صحيفة الأهرام المصرية في عام 1876، أما في الجزائر فقد صدرت صحيفة المبشر باللغة العربية في عام 1847 وتعد الصحيفة الثانية التي تصدر باللغة العربية في الوطن العربي بعد صحيفة الوقائع المصرية. (أبو عرجة–2000 :33)

أما عن ظهور الصحافة المتخصصة في الوطن العربي فقد ظهرت صحف تقوم على خدمة الحكام والسياسيين بظهور "جورنال الخديوي" في عام 1827 في مصر والتي ظهرت بصورة مبسطة آنذاك، وتخصصت أيضا جريدة "مرآة الأحوال" لخدمة الوالي في عام 1854، لتكون بذلك أول جريدة عربية تصدر في الأستانة عاصمة الدولة العثمانية، إلا ان الصحافة الدينية تعد سباقة الظهور في الصافة العربية المتخصصة ففي عام 1863 أصدر رجل الكنيسة والمبشرون الامريكيون في بيروت جريدة مصورة باسم الدين "أخبار عن انتشار الإنجيل في أماكن مختلفة"، وفي عام 1881 ظهرت الصحف الأدبية المتخصصة مثل "التكيت والتكليت" والتي أصدرها عبد الله نديم، وأما الصحافة النسائية فظهرت في عام 1909، ومنذ ذلك الحين بدأت الصحف المتخصصة في الظهور وفي مجالات مختلفة. (الهيتي ـ 2011: 12،13)

سابعاً: نشأة التلفزيون المتخصص في العالم

ظهرت أول عملية بث تلفزيوني في 2 تشرين الثاني 1936 من قصر الكسندرا وكانت تصل إلى 400 جهاز تلفزيون مستخدمةً البث باللونين الأبيض والأسود، حيث كانت إشارة البث محصورةً على الأغنياء، إلا أن نشوب الحرب العالمية الثانية في 1939 أدت إلى وقف البث. (ماكفيل–2005 :220)

وخلال السنوات اللاحقة ظهر البث الملون إضافة لإطلاق الأقمار الصناعية وتعدد الشركات المصنعة لأجهزة التلفاز مما أدى إلى تطور ملحوظ في التقنيات التي أسهمت في ظهور القنوات التلفزيونية المتخصصة، والتي تعرف بأنها القنوات التي تختص في مجال واحد من المجالات المختلفة، ولا تتنوع في بث برامجها في المجالات المختلفة.

وتعد الوظيفة الإخبارية ومتابعة الأحداث الجارية في كافة المجالات وعلى كافة المستويات من أهم وظائف الإعلام والاتصال نتيجة الأحداث والتطورات المتلاحقة مما جعلها من أولويات التفضيل لدى عامة الجماهير لإشباع حب الاستطلاع لديهم، الأمر الذي دفع إلى ظهور قناة CNN في عام 1980، والتي أسسها رجل الأعمال الشهير "تيدتيرنر"، وبعد ذلك بعام واحد أنشأ قناة CNN2 قبل أن يعلن عن انشاء CNN International في عام 1985. وأضاف في عام 1992 شبكة الكارتون الموجهة إلى فئة الأطفال بعد شرائه لمكتبة كارتون Hana Berbera للأطفال.

وبعد ذلك ظهرت قناة Sky NEWS المملوكة لرجل الأعمال الأسترالي الأمريكي روبرت ماردوخ في عام 1989 من المملكة المتحدة (بريطانيا)، قبل أن تتطور وتتحول إلى شبكة من عدة قنوات تعتمد على البث التماثلي في عام 1993. (الحديدي، اللبان-2009 :172،175)

والآن فإن عدد القنوات التلفزيونية المتخصصة يكاد لا يحصى، في ظل وجود الأقمار الصناعية وظهور عوامل أخرى أدت إلى انتشارها، ومن أهمها بحسب ما يراه الطالب، رواج المواد غير المعتاد عليها في دول أخرى، مثل رواج الدراما التركية في المنطقة العربية، ما يؤدي إلى ظهور محتوى متجدد لتلك القنوات.

ثامناً: نشأة التلفزيون المتخصص في الوطن العربي

كان أول بث تلفزيوني في الوطن العربي في عام 1947 في المملكة العربية السعودية عندما قامت شركة نفط أرامكو ببناء محطة تلفزيونية في مدينة الظهران، وكانت موجهة للأجانب المقيمين في المملكة العربية السعودية. (القضاة-1994 :16،17)

وفي عام 1956 كان أول ظهور رسمي للبث التلفزيوني في العراق والجزائر، فيما انطلق في باقي الدول وفقاً للتالي: (القضاة–1994 :16،17)

الدولة	السنة
العراق	1956
الجزائر	1956
لبنان	1959
مصر	1960
سويا	1960
الكويت	1961
السودان	1962
السعودية	1965
تونس	1966
الأردن	1968
ليبيا	1968
قطر	1970

وعلى الجانب الفضائي فقد وقع اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري في عام 1990 اتفاقاً مع المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات" لبث أول قناة فضائية حكومية عربية منتظمة الإرسال، وكان العقد آنذاك لمدة 3 سنوات مقابل 2 مليون دولار أمريكي سنوياً، وعقب التجربة المصرية باتت الحكومات العربية تسعى لإنشاء محطات فضائية هي الأخرى. (البكري–1999 :85)

أما على مستوى القنوات الفضائية المستقلة فقد ظهرت محطة Mbc في أيلول 1990 كأول فضائية عربية مستقلة، تبث إشارتها من مدينة لندن لتخرج بذلك من سيطرة الحكومات العربية. (ياسين-2013 :19)

واستمر التطور في جميع المجالات المؤثرة في نمو القنوات التلفزيونية مما يسبب تطورها، وبالتالي تطور التلفزيون المتخصص في ظل توسع احتياجات الجماهير، فظهرت القنوات الإخبارية، وقنوات الأفلام، والدراما، والحوار، والمتخصصة للأطفال، والاقتصادية منها كما هو الحال للثقافية والفنية والتي من ناحيتها ولدت قنوات متخصصة ببث الأغاني المختلفة.

كما ظهرت القنوات المتخصصة في المجال الديني مثل ظهور قنوات المجد التي تقدم محتوها إلى كافة الأعمار وإلى الجنسين بتعدد قنواتها وبرامجها التي تظهر بشكل إسلامي متخصص.

وعلى الرغم من التطور إلا أن هناك بعض السلبيات التي تشكلت في تطور القنوات العربية المتخصصة، أو ما قد نسميه أمور بالإمكان تجاوزها وهي: (المعياري، المنصف-2006 :54)

1) غياب التخصص في الإعلام العربي الموجه إلى الغرب.
2) تهميش بعض المجالات مثل الاقتصاد والثقافة الممثلة بالمجالات الأدبية.
3) الاعتماد على مواد ليست من انتاج عربي قد تتنافى مع ما يتطلبه الجمهور العربي، أو قد تكون مواد سطحية.
4) الاهتمام باحتياجات المعلنين أكثر من احتياجات المتابعين من الجمهور العربي.

المطلب الثاني: الإعلام الرياضي

اولاً: التعريف بالإعلام الرياضي وأهدافه

يمثل الإعلام عملية نشر المعلومات بعد جمعها وانتقائها، وأحيانا يطلق عليه الاستعلامات التي تعني إبراز الأخبار وتفسيرها. (عويس وعبد الرحيم-1998 :19)

والإعلام بحسب ما عرفه زيدان عبد الباقي (1972)، هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ميسور من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة.

وتتمثل عناصر الإعلام فيما يلي:

1. المرسل: صاحب الرسالة الإعلامية أو الجهة التي تصدر عنها الرسالة.
2. المستقبل: من توجه إليه الرسالة الإعلامية.
3. الوسيلة: ما تؤدى به الرسالة، او ما تنقل من خلال الرسالة من المرسل إلى المستقبل.
4. الرسالة: ما تحمله وسيلة الإرسال للمستقبل.
5. التغذية الراجعة: رد فعل المستقبل على الرسالة. (ياسين-2011 :47)

وعلى ضوء ذلك فإن الإعلام الرياضي هو عملية نشر الأخبار والمعلومات والحقائق على مستوى النشاط الرياضي ويهدف إلى وشرح القواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية للجمهور بقصد نشر الثقافة الرياضية بين أفراد المجتمع وتنمية وعيه الرياضي. (عويس وعبد الرحيم-1998: 22)

ويبرز للإعلام الرياضي مجموعة من الأهداف، تتبلور في:

1. نشر الثقافة الرياضية من خلال تعريف الجمهور بالقواعد والقوانين الخاصة بالألعاب والأنشطة الرياضية المختلفة.
2. تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات الرياضية، والمحافظة عليها حيث أن لكل مجتمع نسق قيمي يشكل ويحدد أنماط السلوك الرياضي.
3. نشر الأخبار والمعلومات والحقائق المتعلقة بالقضايا والمشكلات الرياضية المعاصرة، ومحاولة تفسيرها والتعليق عليها.
4. الترويج عن الجماهير وتسليتهم بالأشكال والطرق التي تخفف عنهم صعوبات الحياة اليومية.

(عويس وعبد الرحيم-1998: 24)

ثانياً: خصائص الإعلام الرياضي

للإعلام الرياضي خصائص متعددة ومن أهمها بأنه يتضمن جانبا كبيراً من الاختيار، حيث أنه يختار الجمهور الذي يخاطبه ويرغب بالوصول إليه، كما أنه يتميز بجماهيريته وقدرته على تغطية مساحات واسعة ومخاطبة قطاعات كبيرة من الجماهير. (ياسين-2011: 49)

والإعلام الرياضي بوسائله المختلفة يعتبر مؤسسة اجتماعية تستجيب إلى البيئة التي يعمل بها، بسبب التفاعل القائم بينه وبين المجتمع، وحتى يمكن فهمه لا بد أولا من دراسة أو فهم المجتمع الذي يعمل فيه حتى لا يتعارض ما يقدمه من رسائل إعلامية رياضية مع القيم والعادات السائدة في هذا المجتمع، فالإعلام الرياضي بمثابة المرآة التي تعكس صورة وفلسفة هذا المجتمع. (عويس وعبد الرحيم-1998: 25)

ثالثاً: التلفزيون الرياضي في العالم

كانت البرامج الرياضية المقدمة عبر القنوات التلفزيونية لا تمثل أكثر من 5% من البرامج المقدمة عبر القنوات التلفزيونية خلال الفترات الأولى، حيث كان نقل الأحداث والمباريات الرياضية في تلك الفترة دون أجور مقابل حقوق النقل، بحيث كان العرض الرياضي أكثر من الطلب الرياضي على القنوات في تلك الفترة، وكان الهدف خلال تلك الفترة من البث التلفزيوني جلب معلنين حول الملاعب وجلب حضور جماهيري ليس إلا، ولكن ما سبق لم يعمم على الولايات المتحدة الأمريكية والتي شهدت ظهور قناة ESPN المتخصصة في الرياضية والتي ساهمت في ارتفاع نسبة المداخيل للفرق الرياضية نتيجة تواجد جهات تلفزيونية متخصصة لبث الأحداث الرياضية تسعى إلى دفع أجور مقابل الحصول على حقوق بث الأحداث الرياضية. (النجار – 2009: 11-17)

وفي عام 1950 نشأ اتحاد إذاعات الدول الأوروبية، إلا أن المشروع لم يتمكن من منافسة القنوات الخاصة التي ظهرت فيما بعد. (النجار – 2009: 11-17)

وبالنسبة للحدث الرياضي الأهم "كأس العالم لكرة القدم" فقد كانت بداية البث التليفزيوني في عام 1954 في النسخة المقامة في سويسرا، حيث تم نقل مباريات المونديال إلى 7 دول هي: إنجلترا وفرنسا وألمانيا الغربية وبلجيكا والدنمارك وهولندا وسويسرا، وبعد عامين وبالتحديد في عام 1960 عرفت القارة الأوروبية مفهوم حقوق البث التليفزيوني، حيث دخلت مباراة نهائي دوري الأبطال الأوروبي ريال مدريد الإسباني واينتراخت فرانكفورت الألماني التاريخ حين تم دفع مبلغ 8 آلاف جنيه استرليني مقابل بثها على شاشات التليفزيون. (kooora.com)

وفي كأس العالم السادسة التي استضافتها تشيلي عام 1962، أخذت علاقة كرة القدم بالتليفزيون شكلاً آخر، فقد ظهرت أحداث المباريات مسجلة على أفلام ليتم بثها على شاشات التليفزيون، وفي مونديال إنجلترا عام 1966، قدم العلم أجهزة تسجيل الفيديو وظهرت تقنية الإعادة التي لم تكن معروفة من قبل. وفي مونديال 1970 حدثت النقلة الكبرى حيث بثت وللمرة الأولى المباريات من المكسيك عبر الأقمار الاصطناعية وعلى الهواء مباشرة. (kooora.com)

وكانت شبكة Sky SPORTS من أهم الشبكات الرياضية المتخصصة في العالم والتي أنشئت في عام 1991 حيث تميزت الشبكة المملوكة لروبرت ماردوخ بحصولها على حقوق نقل مباريات الدوري الإنجليزي في عام 1991 بدايةً من موسم 1992 ولمدة 5 مواسم مقابل 304 جنيه إسترليني، قبل أن تعلن عن تجديد الحقوق لمدة 4 مواسم أي من موسم 1997 وحتى موسم 2001 مقابل 670 مليون جنيه إسترليني. (theguardian.com)

وفي الفترة الحالية بات التشفير هو السلاح الرئيسي لكافة القنوات الرياضية المتخصصة التي تسعى إلى الريادة خاصةً في ظل دفع مبالغ مرتفعة من أجل الحصول على حقوق نقل الأحداث الرياضية التي قد تخطت حاجز المليار لبعضها، فعلى سبيل المثال قامت قناة D8 الفرنسية بشراء حقوق نقل المباراة النهائية لبطولة دوري أبطال أوروبا لكرة القدم لوحدها فقط لموسم 2015-2016 مقابل 3 ملايين يورو من القناة صاحبة الحقوق، أي أن القناة لم تقم بنقل المباراة بشكل حصري، الأمر الذي يدفع مثل هذه القنوات إلى التشفير لتعويض المبالغ المرتفعة. (leparisien.fr)

وتعد حاليا شبكات مثل BeIN SPORTS القطرية بنسخها المختلفة وخاصة العربية والفرنسية و Fox Sports الأمريكية و Sky Sports الإيطالية والبريطانية و +Canal البولندية و Digi Turk التركية هي الأكثر نقلاً للأحداث عبر العالم وعبر الأقمار الصناعية المختلفة.

رابعاً: الإعلام الرياضي في الوطن العربي

نظراً لتطور الإعلام الرياضي على مستوى العالم، ونظراً لتطور وسائل الإعلام المختلفة ولما يوليه الشباب العربي من اهتمام تجاه الأحداث الرياضية الخارجية أو حتى الداخلية بات الإعلام الرياضي في الوطن العربي يواكب التطور الحاصل، حيث تعتبر الصحف الرياضية التي أصدرتها مؤسسة الشرق الأوسط السعودية في جدة أول صحف رياضية متخصصة في العالم العربي تصدر يومياً في قطع قياسي يماثل الصحف العامة، وقد تولدت فكرة إصدار الجريدة الرياضية مجموعة الشركة السعودية للأبحاث والتسويق لإقبال القراء على الصحف الرياضية في السعودية ودول الخليج وباقي الدول العربية. (الهيتي ـ 2011: 214)

ومع تطور الصحافة الرياضية ظهرت دراسات تشير إلى أن نسبة اهتمام الصحف الرياضية بلعبة كرة القدم وصلت إلى 80%، بينما لا تولي هذه الصحف اهتماما لباقي الرياضات كالذي توليه لكرة القدم تحديدا.

وسيطرت الأخبار المحلية على الصحف والاخبار المحلية العربية، مما أدى إلى انخفاض نسبة الاهتمام بالأخبار الرياضية العالمية، الأمر الذي جعل القراء يميلون للصحف العربية الصادرة من دول أخرى أو لوسائل إعلام أخرى أهمها التلفاز وخصوصاً مع تطور البث الفضائي. (الهيتي ـ 2011: 225)

ومع ظهور الأقمار الصناعية وتطور البث التلفزيوني والنظام الرقمي بات المشاهد يملك القدرة على متابعة الأحداث مباشرةً عبر التلفزيون مما جعل التلفزيون ملاذاً للمتابعين.

ويشير عوني فريج الذي شغل منصب مدير الدائرة الرياضية في أكثر من صحيفة أردنية، إضافةً لكونه أمين عام الاتحاد العربي للصحافة الرياضية إلى أن هناك عوامل رئيسية أدت إلى تطور الإعلام الرياضي في الوطن العربي ومنها: (فريج–2015 –انظر ملحق 4)

1) مواكبة التكنولوجيا، وذلك من خلال الانفتاح على الوسائل الحديثة مما أدى إلى تقريب المسافات بين الصحفي والمؤسسة التي يعمل فيها.
2) استقطاب الشباب الجامعي للعمل في المؤسسات الإعلامية، ليتفاعلوا بذلك مع الخبرات المتواجدة مسبقاً.
3) ظهور القنوات المتخصصة الرياضية في الوطن العربي، والتي ساهمت في تعزيز المعلومات الرياضية لدى المتابع والصحفي والرياضي، كما أزالت الكثير من الحواجز في الطريق من أجل الوصول إلى المعلومة.

من جهته يرى إبراهيم حدادين الصحفي في المجال الرياضي لأكثر من 15 سنة والمقدم التلفزيوني المعروف في أكثر من قناة رياضية عربية، أن ليست هذه العوامل فقط التي أدت إلى تطور الإعلام الرياضي العربي وخاصةً بعد أن أصبحت أغلب المحطات مملوكة لأشخاص جعلت رؤيتها مختلفةً عن النمط الحكومي الذي سيطر على الإعلام عقود طويلة. (حدادين–2015 –انظر ملحق 4)

ويتابع حدادين أن تنوع محطات التلفزة أعطى طابعاً تنافسياً على الشاشة سواء كان إيجابياً أو سلبياً مما جعل للمشاهد الحق في اختيار الأفضل منها.

ومن النواحي الأخرى يشير لطفي الزعبي إلى أن وصول المنتخبات واللاعبين العرب إلى المحافل الدول يعد فخراً لدولهم وخصوصاً في الأحداث الكبيرة ما جعل الإعلام الرياضي في الوطن العربي يشهد ثورة حقيقة في التطور.

ويضيف الزعبي أن الإعلام الرياضي يسهم بشكل جاد في جذب الشباب نحو ممارسة الألعاب الرياضية والابتعاد عن السلوكيات المنحرفة التي من شأنها التأثير سلباً في حياتهم وفي المجتمع ككل. (الزعبي–2015 –انظر ملحق 4)

خامساً: التلفزيون الرياضي في الوطن العربي

نشأ اتحاد إذاعات الدول العربية في شباط 1969 في تونس بهدف " تقوية الروابط وتوثيق التعاون بين إذاعات الدول العربية الصوتية والمرئية وتطوير إنتاجها شكلا ومضمونا." (asbu.net)

وبدأ الاتحاد بتوفير تغطية البطولات والأحداث الرياضية للقنوات العربية المحلية، حيث قام بنقل بطولات كأس العالم في إيطاليا 1990، وكأس العالم 1994 في الولايات المتحدة الأمريكية و1998 في فرنسا، إضافة لمجموعة من أهم الأحداث الرياضية خلال فترة زمنية طويلة.

ولكن ظهور القنوات المتخصصة الرياضية بدأ يشكل خطراً على استمرارية الاتحاد في إطار نقل البطولات خاصة في ظل ارتفاع المبالغ المطلوبة مقابل الحصول على حقوق النقل للبطولات المختلفة. (النجار - 2009: 33)

وفي شباط 1985 انطلق القمر الصناعي "عرب سات"، ليعد طريقاً نحو البث الفضائي في الوطن العربي. (عبد الحي–2012: 11)

وفي عام 1993 ظهرت شبكة راديو وتلفزيون العرب المملوكة للشيخ صالح بن كامل، حيث بدأت البث من العاصمة الإيطالية روما على القمر الفضائي عرب سات، قبل أن تتحول في عام 1996 إلى البث المدفوع، وكانت الشبكة التي تسمى (ART) اختصاراً قد نقلت بطولة كأس العالم لكرة القدم في البرازيل عام 1994 مجاناً، وفي عام 2002 انتقلت إلى البث من عمان. (aljazeera.net)

وعلى صعيد آخر لم تظهر شبكة قنوات اوربت والتي تأسست في عام 1994 بذات المستوى على الرغم من امتلاكها لمجموعة من الأحداث الرياضية، وقد يعود ذلك لارتفاع أسعارها وانخفاض ما تقدمه مقارنةً بقنوات ART وفي عام 2009 أعلنت اندماجها مع شبكة قنوات الشوتايم لتبث تحت مسمى OSN. (alriyadh.com)

وبالنسبة للشبكات التي نقلت أهم الأحداث الرياضية فقد ظهرت قنوات الشوتايم والتي فازت بحقوق النقل الحصري لبطولة الدوري الإنجليزي في عام 2006 قبل أن تفشل في تجديد الحقوق، ويعود ذلك بسبب ارتفاع في اشتراكاتها والتي قد تصل إلى 1000 دولار سنوياً مما أدى إلى انخفاض متابعيها.

وكانت شبكة راديو وتلفزيون العرب قد باعت حقوق البطولات التي تملكها لصالح قنوات الجزيرة الرياضية في عام 2009، حيث يشير رئيس التحرير ومقدم البرامج في قناة العربية لطفي الزعبي إلى أن سبب تراجع شبكة راديو وتلفزيون العرب ART وخروجها من المنافسات يعود إلى سببين رئيسيين، الأول وجود خلاف ما بين أفراد العائلة المالكة وهي عائلة الشيخ صالح كامل، والسبب الثاني العرض المرتفع الذي قدمته القناة القطرية من أجل الظفر بما تملكه ART من أحداث وبطولات.

(الزعبي-2015 -انظر ملحق 4)

سادساً: البث الفضائي في الوطن العربي

تعد الأقمار الصناعية من أهم عوامل تطور التلفزيون في العالم حيث بات بالإمكان وصول إشارة البث التلفزيون إلى أكبر شريحة ممكنة من المتابعين عبر العالم.

ويعرف القمر الصناعي بأنه جسم دوار ينطلق من قاعدة على الأرض في مدار معين حول الأرض ويستمر في الدوران بحكم الجاذبية الأرضية وفقا لقوانين الفضاء وبنفس السرعة التي انطلق بها ما لم يتدخل عامل خارجي، وغالباً ما يكون مزوداً بمحطة استقبال وارسال وعدد من الأجهزة الأخرى كأجهزة التسجيل. (زلطة–2002 :203)

وتستخدم الأقمار الصناعية في البث التلفزيوني من خلال ثلاثة أنماط مختلفة، الأول يقوم على نظام الاتصال من نقطة إلى نقطة، ويقوم على بث الإشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية على القمر الاصطناعي الذي يقوم بدوره بالتقاط هذه الإشارات، وإعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى تقوم بتوزيعها عن طريق شبكة الاتصالات المحلية.

بينما يقوم النمط الثاني على نظام توزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق واسعة بتكلفة أقل.

ويعد النمط الثالث هو الأكثر أهمية ويتمثل بأقمار البث المباشر عالية التردد، وهو النوع الجديد الذي يقوم بإرسال الإشارات التلفزيونية من دون الحاجة إلى محطات أرضية. (البياتي–2006 :234)

وفي عام 1985 أعلنت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية التي يقع مقرها في مدينة الرياض عن اطلاقها للقمر الفضائي عربسات، ليعد بذلك أول قمر اتصالات في المنطقة العربية وتعد بذلك تاسع شركة مزودة للأقمار الصناعية على مستوى العالم، بينما في عام 1997 وقعت جمهورية

مصر العربية اتفاقية مع شركة فرنسية متخصصة لإطلاق قمر صناعي تحت اسم "نايل سات" وعبر مدار 7 درجات غرب. (البكري-1990 :53،91)

وتعد محطة الشرق الأوسط MBC أول قناة فضائية عربية مستقلة وكانت تنقل من لندن، وبعد ذلك تعددت القنوات التي تنتقل للبث من الدول الأوروبية مثل ART التي انتقلت للبث من روما، في حين باتت هذه القنوات خارج السيطرة المطلقة للجهات الحكومية. (ياسين-2013 :19)

سابعاً: حقوق البث التلفزيوني

يرى الكثير من المختصين أن الاحتراف بات سبباً لارتفاع أجور حقوق نقل الأحداث الرياضية، ما استدعى خروج الكثير من دائرة المنافسة وبالأخص اتحاد اذاعات الدول العربية والقنوات التلفزيونية الحكومية الأرضية، فلم يعد باستطاعة الكثيرين تحمل أعباء هذه الحقوق بعد أن وصلت أسعارها إلى حدود المليار دولار لبعض البطولات مقابل ثلاث مواسم فقط مثل دوري أبطال أوروبا لكرة القدم أو الدوري الإنجليزي أو حتى كأس العالم لكرة القدم الذي يقام كل 4 سنوات مرة واحدة.

فعلى الصعيد الدولي كانت حقوق البث التلفزيوني لكأس العالم لكرة القدم في الأرجنتين عام 1978 مقابل 34 مليون دولار، ثم في إسبانيا 1982 أصبحت 40 مليون دولار، وفي المكسيك 1986 أصبحت 50 مليون دولار.

أما في إيطاليا في مونديال 1990 فقد بلغت 95 مليون فرانك سويسري تدفعها الجهة المسؤولة عن شراء الحقوق على مستوى العالم، بينما وصلت حقوق البث لكأس العالم في الولايات المتحدة الامريكية

1994 إلى 115 مليون فرانك سويسري، و135 مليون فرانك سويسري في عام 1998. (النجار ـ 2009: 21)

ويعد التغيير الأبرز في عالم البث التلفزيوني الرياضي في عام 2002 عندما ارتفعت حقوق البث لبطولة كأس العالم لكرة القدم والمقامة في كوريا الجنوبية واليابان إلى 1.3 مليار فرانك سويسري، الأمر الذي انعكس سلباً على القنوات التلفزيونية التي ترغب بشراء الحقوق من المالك الحصري، وفي عام 2006 استمر التصاعد فوصلت القيمة إلى 1.5 مليار. (النجار ـ 2009: 21)

وتمثل ارتفاع أسعار حقوق النقل أيضاً في الواقع العربي، فسابقاً قد تمكن اتحاد إذاعات الدول العربية من نقل بطولات كأس العالم ما بين أعوام 1990 و1998 مقابل 21.3 مليون فرانك سويسري للبطولات الثلاث، بينما اضطر لدفع 100 مليون فقط من أجل الحصول على حقوق نقل كأس العالم 2002 من الشركة المالكة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، والتي كانت آنذاك راديو وتلفزيون العرب (ART). (النجار ـ 2009: 31،33)

ومع مرور الأيام استمرت الحقوق على مستوى البطولات الرياضية المختلفة بالارتفاع، مما اضطر الشبكات الرياضية أو التي تنقل الأحداث الرياضية من الانسحاب والتي كان أبرزها: شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART)، وشبكة الأوربت، وشبكة قنوات أبو ظبي الرياضية، وشبكة قنوات الشوتايم.

ويشير إبراهيم حدادين الإعلامي في تلفزيون الدوري والكأس القطري والتلفزيون الأردني سابقاً أن عدة عوامل أدت إلى ارتفاع أسعار حقوق النقل من أبرزها:

1) يتسبب في ارتفاع أسعار الحقوق بعض الدول الخليجية التي تتمتع بدخل عالي لدى الفرد.

2) العرض والطلب للمادة الرياضية التي تفرض على صاحب الشأن التحكم بها وخاصة المباريات الجماهيرية.

3) عدم قدرة الكثير من القنوات المنافسة في الدول العربية على استحواذ المادة أو الحقوق.

4) الإعلان التجاري أثناء الحدث له دور كبير في الارتفاع. (حدادين-2015 -انظر ملحق 4)

وأما الآن فيرى المحللون والنقاد تصدر شبكة قنوات BeIN Sports لنقل أهم الأحداث الرياضية على مستوى العالم بسبب امتلاكها لحقوق نقلها.

ثامناً: التشفير التلفزيوني

مع ارتفاع أسعار حقوق نقل الأحداث الرياضية عبر التلفزيون وظهور الأقمار الصناعية التي بات منها يتخطى مناطق جغرافية شاسعة بات هاماً ظهور التشفير التلفزيون أو ما يسمى (البث مقابل الدفع) والذي يعتبر حلاً لدى الشبكات الرياضية على مستوى العالم بأكمله لتعويض المبالغ المنفقة، كما أن التشفير طريقة لحماية المحتوى من تجاوز المناطق الجغرافية في ظل البث عبر الأقمار الصناعية، وهذا ما لجأت إليه الشبكات الرياضية والقنوات الرياضية في المنطقة العربية.

وكان قد انطلق التليفزيون المدفوع في نوفمبر 1972، عندما عرضت شركه الخدمات الكهربائية على قناه Home Box Office HBO نظام للكيبل في وليكس بار، بنسلفانيا، واعتبر هذا النجاح أول شركة كيبل مدفوعة الأجر في خدمة الولايات المتحدة الأمريكية والعالم، وبالرغم من أن HBO لم يشاهدها إلا بضع مئات من الأشخاص في الليلة الأولى، ولكنها أصبحت أكبر شركة كيبل في العالم في مجال التليفزيون المدفوع.

أما الشركة الثانية "التي قامت باستخدام القمر الصناعي فهي إحدى المحطات التلفزيونية المحلية

في اتلانتا التي تبث الأفلام الكلاسيكية والرياضة ويملك المحطة "تيد تيرنر" امبراطور الإعلام الشهير ومالك قناه CNN وعرفت هذه القناه لاحقا باسم WTBS. (Mr. Egypt, 2012)

تاسعاً: التشفير في الوطن العربي

لجأت عدة شبكات عربية إلى التشفير ومنها، ART والأوربت وفيما بعد شبكة الشوتايم وقنوات الجزيرة الرياضية بهدف تعويض الرسوم العالية التي تنفقها تلك الشبكات من أجل الحصول على الحقوق وشراء المعدات وأجور التنقلات والسفر وما شابه ذلك، خاصة وأن ما تربحه تلك القنوات من الإعلانات لم يعد يجدي لتغطية تلك المبالغ، ويشير أمين عام الاتحاد العربي للصحافة الرياضية عوني فريج إلى أن الشبكات كانت تقدم الأحداث الرياضية بشكل منخفض نسبةً لما تقدمة شبكة BeIN SPORTS اليوم وعلى الرغم من ذلك كان معدل اشتراك شبكة راديو وتلفزيون العرب art مثلا يتخطى 400 دولار سنوياً، وهو ضعف ما يتوجب دفعه للحصول على ما تقدمه الشبكة القطرية من أحداث تكاد تفوق ما كانت تقدمه ART بعشر أضعاف.

ولكن الشبكات واجهت مشكلة كبيرة، وهي الاختراق، فهي تعتمد على التشفير لتعويض ما تنفقه من مبالغ، إلا أن "الاختراق" بات عدواً أساسياً لها، فالأنظمة المستخدمة أصبحت صيداً سهلا للجميع ومن خلال مجالات مختلفة منها، الوصلات غير الشرعية "Sharing" أو استخدام الشيفرة التي تستقبلها البطاقة الذكية، إلا أن العصر الحديث أظهر ما يسمى بالنظام الإزدواجي بحيث تشترك الشيفرة ما بين الجهاز والبطاقة، بحيث يكون النصف الأول للجهاز والنصف الثاني للبطاقة ولا تعمل البطاقة إلا على جهاز واحد مرتبط بها، ما يشكل صعوبة في الاختراق من الناحية الأولى، وسهولة في اكتشاف الجهة المخترقة من الناحية الثانية، الأمر الذي بدأ يحفظ حقوق الشبكات لتلجأ شبكات

عربية للبث على هذا النظام ومنها، أبو ظبي الرياضية، وشبكة أوربت شوتايم (OSN) وشبكة BeIN Sports. (alyaum.com)

ولكن يرى كثيرون ومنهم لطفي الزعبي أن التشفير يؤثر سلباً في قدرة المتابع العربي على الوصول إلى الأحداث الرياضية، مؤكداً أن الاحتكار والطمع نحو تحقيق الأرباح من خلال التشفير بات أمراً مزعجاً لدى الشباب. (الزعبي–2015 –انظر ملحق 4)

من جهته يشير حبيب زعبلاوي معد في شبكة BeIN Sports أن ما تفرضه القنوات الرياضية لا يمثل شيئاً مما تنفقه من أجل تغطية الأحداث الرياضية حول العالم، وأن أسعار الاشتراك في القنوات الأوروبية هو أضعاف أسعار الاشتراك في أحد الشبكات الرياضية العربية المتخصصة.

ويضيف زعبلاوي أن التشفير بات مفروضاً على شبكة قنوات BeIN Sports بسبب ملكية الحقوق في المناطق الجغرافية المحايدة للمنطقة، ما جعل الشركات المالكة لحقوق النقل تفرض على القنوات والشبكات الرياضية التشفير. (زعبلاوي–2015 –انظر ملحق 4)

من جهتها نسبت صحيفة الإمارات اليوم في 28 من أيار لعام 2014 قولاً لدعاة وفقهاء "أن من يقوم فك الشيفرات الخاصة بالقنوات الفضائية التي تمتلك حقوق بث المباريات بطرق غير شرعية فهو آثم، وفعله حرام شرعاً، لأن ذلك يعتبر اعتداء على حقوق الغير، وسرقة واضحة، يُسأل عليها، كونه يعلم أن هذه الحقوق ملك لجهات معروفة، ولا يجوز الحصول عليها إلا عن الطريق شراء البطاقات أو الهبة"، وذكرت الصحيفة هذا التصريح خلال فترة كأس العالم 2014 في البرازيل ورداً على من يحاولون فك تشفير قنوات BeIN Sports الناقل الحصري للبطولة. (emaratalyoum.com)

المطلب الثالث: قنوات BeIN Sports (الجزيرة الرياضية)

أولاً: نشأة قنوات BeIN Sports (الجزيرة الرياضية)

في عام 2003 أعلنت شبكة الجزيرة القطرية عن انطلاق قناتها الرياضية والتي تبث ارسالها عبر الأقمار الصناعية وعلى البث المفتوح، وتميزت القناة بحصولها على حقوق أهم البطولات في العالم، منها الدوري الإسباني وكأس إنجلترا لكرة القدم. (شاهين-2010: 311)

وبعد ذلك أعلنت القناة انتقالها إلى البث المشفر مقابل 25$ سنوياً، وكان ذلك في عام 2005 بسبب الحاجة الملحة إلى ذلك نتيجة اصطدام القناة بالقانون الدولي لحقوق البث التلفزيوني الذي يمنع أن يغطي البث أي نقطة خارج نطاق المنطقة التي تم شراء الحقوق لها، وأن القمرين الصناعيين "العرب سات" و"النايل سات" اللذين يغطيان المنطقة العربية أساساً وتبث عبرهما الجزيرة الرياضية برامجها وخدماتها يفيضان بالبث إلى أجزاء من أوروبا حيث تتنافس قنوات رياضية أوروبية على تغطية مباريات بطولات كرة القدم خاصة وتقديم برامجها وخدماتها المتنوعة بالمقابل المادي، وأن هذا الأمر غير مسموح به في القانون الدولي وأن الحل التقني الوحيد حاليا هو تشفير البث كي يستقبله المعنيون بمشاهدته فقط من خلال حصولهم على أنظمة فك الإشارة المشفرة في منازلهم. (aljazeera.net، 2005)

ومن البطولات التي تمكنت الجزيرة الرياضية من الحصول على حقوقها بطولة الدوري البرتغالي قبل أن تحصل على حقوق بث الدوري الايطالي والدوري الهولندي وكأس إنكلترا وأمم أوروبا2004 – 2008 وكأس الخليج وكأس الاتحاد الأوروبي وكأس ألمانيا لكرة القدم وكأس ملك اسبانيا والدوري الأرجنتيني. (صلاح، 2009)

ثانياً: نمو قنوات BeIN Sports (الجزيرة الرياضية)

بعد حصول قنوات الجزيرة الرياضية على حقوق مجموعة من الأحداث والمناسبات الرياضية تجاوز عدد مشتركيها المليون، وهو رقم غير مسبوق في تاريخ الاشتراكات بالقنوات التلفزيونية في العالم العربي.

مع مرور الزمن لم يعد للمتابع الرياضي في المنطقة العربية مهرباً من متابعة قنوات الجزيرة الرياضية التي انتقلت إلى البث بمجموع يتخطى العشر قنوات، إضافة لإعلانها عن شراء كافة حقوق النقل التي تملكها شبكة قنوات راديو وتلفزيون العرب ART في عام 2009 مقابل حوالي 2 مليار و750 مليون دولار أمريكي، الأمر الذي جعلها تسري وحيدة بامتلاكها ما يفوق عن 60% من حقوق البطولات العالمية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. (sabq.org، 2011)

تمكنت القناة في عام 2008 من الحصول على حقوق نقل دوري أبطال أوروبا كاملاً ما اضطرها لبث 8 مباريات في آن واحد.(elaph.com –2008)

وفي عام 2013 أعلنت قنوات الجزيرة الرياضية عن فوزها بحقوق نقل الدوري الإنجليزي لكرة القدم لمدة 3 مواسم والتي تعتبر البطولة الأقوى محلياً على مستوى العالم بعد شرائها الحقوق من وكالة "أم بي أند سيلفا" العالمية التي حصلت على حقوق نقل الدوري الإنجليزي الممتاز في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا في يناير 2013 مقابل صفقة بلغت 300 مليون دولار. (aljazeera.net، 2013).

وفي عام 2014 أعلنت إدارة القناة القطرية رسمياً تحولها إلى البث تحت المسمى الجديد BeIN Sports، لينتقل إلى مستوى أكثر توسعا فقد بدأ البث ليصل اندونيسيا وهونج كونج وسنغافورة وفرنسا

والولايات المتحدة الامريكية وكندا وأستراليا ولكل من هذه الدول شبكة قنوات خاصة بها وتتحدث لغتها.

ثالثاً: شبكة قنوات BeIN Sports العربية في مسماها الجديد

يرى المختصون ومنهم الكاتب محمد عواد أن قنوات الجزيرة الرياضية قامت بتغيير مسماها لمجموعة من الأسباب أولها، انفصال الشبكة الرياضية عن السياسية وما لقناة الجزيرة الإخبارية من تأثير سياسي في المنطقة، وخاصة بظهور التأثيرات في مسمى الجزيرة بمواجهة عدة مشاكل منها تصريحات المرور للموظفين إلى الدول المختلفة حول العالم، إضافة إلى النظرة المادية وحلم القناة بالوصول إلى العالمية. (عواد، 2014)

وتبث الشبكة قنواتها على الأقمار الصناعية نايل سات، سهيل سات وعرب سات، وتبث برامجها عبر 10 قنوات باللغة العربية بنظام بث عالي الجودة HD وبنظام مشفر، إضافة لخمس قنوات باللغات الإسبانية والفرنسية والإنجليزية بنظام عالي الجودة HD وبنظام مشفر، كما انها تملك قناة إخبارية رياضية تبث على مدار 24 ساعة بنظام عالي الجودة HD وبنظام مفتوح.

كما أن القناة تملك الحقوق بإعادة بث قنوات رياضية عالمية، إضافة لبثها لكافة القنوات السابقة بالنظام العادي SD.

ويبلغ اشتراك قنوات BeIN Sports ما بين 200–240 دولار أمريكي لمدة سنة واحدة، من دون سعر جهاز الاستقبال الخاص. (Beinsports.net)

وفي خططها للقضاء على الوسائل غير المشروعة والقرصنة، أعلنت الشبكة انتقالها للبث على نظام تشفير مزدوج، بحيث يشترط على المشترك اقتناء جهاز خاص بقنوات BeIN Sports.

ومن خلال إطلاق المرحلة الأولى من حملتها لحماية مشتركيها من عمليات القرصنة التلفزيونية، وذلك لضمان التشفير الآمن لعشر قنوات فائقة الجودة HD، ابتداءً من 1 آذار، حيث تنتقل القنوات التسع الجديدة، بالإضافة إلى القناة الإنجليزية 11 HD إلى نظام التشفير الآمن، لتكون متاحة فقط للمشتركين الذين يسجلون أجهزة الاستقبال المتوافقة مع النظام.

وبحسب حبيب زعبلاوي المعد في شبكة BeIN Sports حالياً، وكل من ART وأبو ظبي الرياضية سابقاً، فإن نظام التشفير الذي تستخدمه الشبكة حالياً يكاد يفي بالغرض، فهي باستخدامها للنظام المزدوج تمكنت من الحد بشكل كبير من اختراق ما تقدمه الشبكة. (زعبلاوي–2015 – انظر ملحق 4)

وتشير الإحصائيات المنشورة عبر الموقع الإلكتروني للشبكة أن مجموعة BeIN Sports تملك حول العالم 33 قناة تبث في 34 دولة عبر القارات الخمسة، ويشترك في قنواتها حوالي 40 مليون مشترك حول العالم. (beinmediagroup.com).

ويرى عوني فريج الصحفي الأردني في جريدة الأنباط أن شبكة BeIN Sports تمكنت من ترسيخ مفهوم جديد لدى المتابع العربي مما عزز مستوى السوق المتابع للأحداث الرياضية عربياً، كما أنها استفادت من التجارب السابقة للشبكات العربية، إضافة إلى احتكارها لنسبة عالية من الأحداث الرياضية، فكانت تلك الأمور تجعلها تسير بخطى ثابتة نحو العالمية والبقاء في صدارة القنوات الرياضية عربياً دون منازع. (فريج–2015 –انظر ملحق 4)

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

1. الزعبي (1992): اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو برامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو برامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني، وبلغت عينة الدراسة (1505) طالب وطالبة من مختلف الجامعات الأردنية الحكومية والخاصة.

وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق في الاتجاهات نحو برامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني على متغيرات الدراسة، كما توصلت الدراسة إلى أن جميع الاتجاهات كانت إيجابية وفي جميع المجالات باستثناء مجال كفاءة العاملين، وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق في الاتجاهات نحو برنامج المجلة الرياضية على جميع متغيرات الدراسة.

2. الطهراوي (1999): اتجاهات طلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية نحو مشاهدة قناة الجزيرة الفضائية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع قناة الجزيرة، ونظرة الجمهور وموقفه عنها، ومكانتها بين الفضائيات الأخرى، والبرامج التي تطرحها وأسلوب طرحها، ومدى تأثير مشاهدة قناة الجزيرة على التلفزيون الفلسطيني. حيث مثلت عينة الدراسة جميع طلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية

المسجلين في الفصل الدراسي 2000-99. حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي مستخدما منهج الدراسات المسحية مسح جمهور وسائل الإعلام.

وأظهرت نتائج الدراسة أن قنوات الجزيرة تتفوق على القنوات الفضائية الأخرى بالمشاهدة إذ حصلت على 71.3%، ومن أهم أسباب مشاهدة قناة الجزيرة هو تحريها الصدق، وتقديمها برامج سياسية هادفة، وإبرازها وجهات النظر المختلفة.

كذلك أظهرت النتائج إلى أن برنامج الاتجاه المعاكس جاء في مقدمة البرامج التي يفضلها المسؤولون ثم برنامج أكثر من رأي. علما بأن 86% من المسؤولين تأثروا بقناة الجزيرة على حساب تلفزيون فلسطين.

3. أرباهن (Urbahn) (2004): Reporting the Truth: Media Perceptions، Preferences، and Practices among Young UAE Nationals (تصورات وأفضليات وممارسات الشباب الإماراتي لوسائل الإعلام).

هدفت الدراسة إلى معرفة حجم استخدام الشباب الإماراتي للقنوات الفضائية، وما هي المضامين والبرامج المفضلة لديهم، حيث تم في هذه الدراسة التي قام بها باحث أمريكي مختص بالإعلام لصالح السفارة الأمريكية بأبوظبي استطلاع لآراء مجموعة من الشباب من جامعة الإمارات المتحدة، وغيرها. وقد كانت الدراسة حول القنوات الفضائية المفضلة لديهم، وقد تكونت العينة من 535 شابا منهم 92% من طلبة جامعة الإمارات في مدينة العين.

وقد توصلت الدراسة إلى ان أكثر المحطات الترفيهية تفضيلا كانت قناة ابوظبي، وأما المحطة الإخبارية المفضلة فكانت الجزيرة، تليها أبو ظبي، تليها العربية، اما محطة الحرة الإخبارية وقنوات الاخبار الأجنبية BBC و CNN فقد جاءت بالمراتب الأخيرة.

وقد أظهرت الدراسة بأن الصحف المطبوعة تأتي بالمركز ثاني للحصول على الأخبار.

4. إسلام (Aslam) (2008): Sport TV Channel Preferences in Lahore، Pakistan (القنوات التلفزيونية الرياضية المفضلة في لاهور، الباكستان)

هدفت هذه الرسالة إلى التعرف على الدور الذي تلعبه القنوات الفضائية التلفزيونية في تطوير الرياضة بين مشاهدي هذه القنوات، كما هدفت إلى الحصول على نظرة ثاقبة للعوامل التي تجعل بعض القنوات الرياضية أكثر تفضيلا من غيرها لدى المشاهدين.

واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، واعتمدت على عينة بلغ عددها (100) مفردة، اشتملت على الطلاب، المعلمين، رجال الأعمال والمحامين في مدينة لاهور في الباكستان، وكانت الفئة العمرية بين (17) و (60).

ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة، احتلال القناة الرياضية العاشرة المركز الأول كقناة لمشاهدة الألعاب الرياضية بين أفراد العينة بنسبة (44%) وجاءت قناة ستار الرياضية في المركز الثاني بينما جاءت قناة سوبر الرياضية بالمركز الثالث وبنسبة (4%).

5. الغليلات (2009): استخدام طلبة الجامعات الاردنية للقنوات الفضائية والإشباعات المتحققة.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العادات الاتصالية متمثلة بعادات مشاهدة القنوات الفضائية من قبل طلبة الجامعات الاردنية، والتعرف على الإشباعات والدوافع المتحققة من مشاهدة طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية.

ولتحقيق ذلك تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال أسلوب المسح الميداني. وتم اختيار عينة حصصيه عمدية قوامها (480) طالباً وطالبة. كذلك تم تطوير استبانة لتطبيقها على عينة الدراسة تضمنت مجموعة من الأسئلة ذات العلاقة بأهداف الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن الغالبية العظمى من الطلبة الجامعيين يشاهدون القنوات الفضائية. وأن أكثر القنوات الفضائية العربية المفضلة لدى طلبة الجامعات الأردنية كانت قنوات الأفلام، بينما كان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الدوافع لدى طلبة الجامعات من مشاهدة القنوات الفضائية حسب اختلاف الجامعات التي يدرسون فيها.

6. بو زيان وبالخيري (2012): استخدامات جمهور الأساتذة الجامعيين للبرامج الإخبارية لقناة الجزيرة والإشباعات المتحققة.

هدفت الدراسة الكشف عن عادات مشاهدة أفراد عينة البحث، والممثلين في جمهور أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعات الشرق الجزائري، من حيث: مدة التعرض للمادة الإخبارية عبر قناة الجزيرة، الأوقات المفضلة للتعرض وأسباب هذا التفضيل، دور الأصول الاجتماعية والسيكولوجية في هذا التعرض والكشف عن اشباعات المحتوى المترتبة عن التعرض للمادة الإخبارية عبر قناة

الجزيرة لدى جمهور أساتذة علوم الإعلام والاتصال، كذلك محاولة التعرف على مدى قدرة فصل أفراد العينة بين اشباعات المحتوى وإشباعات العملية الاتصالية وتحديد العلاقة التي تربط أفراد العينة بقناة الجزيرة من خلال علاقتهم بقارئ نشرة معين في ظل التطور التكنولوجي الهائل. واستخدم الباحثان منهج المسح الوصفي، لأنه انسب طريقة لدراسات الجمهور عموما ويتناسب فيما نرغب الوصول إليه من أهداف.

وقد كشفت نتائج الدراسة أن نسبة عالية من أفراد عينة البحث يتابعون البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة حيث قدرت نسبتهم بـ (83.79%)، ويعود ارتفاع هذه النسبة إلى قدرة القناة على تلبية حاجات وإشباعات أفراد عينة البحث.

7. خزعل (2013): الطلاب ومشاهدة القنوات الفضائية المتخصصة.

هدفت الدراسة التعرف على العادات الاتصالية وانعكاسات المضمون على العملية الاتصالية. وتعد ظاهرة الفضائيات المتخصصة من الظواهر الجديدة في الإعلام، لذلك؛ فإن هذا البحث يدرس ظاهرة تعرض الطلبة لتلك الفضائيات بهدف التعرف على أهميتها في حياتهم وعاداتهم الاتصالية في استخدامها ومشاهدتها ومدى قدرة هذه الفضائيات على إشباع الرغبات والاهتمامات المختلفة.

يعد هذا البحث من البحوث الوصفية المرتكزة على المنهج المسحي الذي يعتمد الوصف والتحليل لدراسة الظاهرة، وتم استخدام عينة عشوائية طبقية من 150 طالب وطالبة وزعوا بالتساوي بين طلبة كليات جامعة بغداد (كلية الإعلام والهندسة والاقتصاد).

وأظهرت الدراسة أن ما نسبته 2% وحسب الترتيب لكل من أولئك الذين يشاهدون قناة متخصصة واحدة من القنوات التالية: الوثائقية، الثقافية، الدينية، شؤون المرأة، وتلك القنوات المهتمة بفنون الطبخ، كما أظهرت النتائج أيضاً أن الطلبة يفضلون في مشاهدتهم للفضائيات المتخصصة أنواعا من أبرزها (بالترتيب): القنوات المتخصصة بالرياضة ثم المتخصصة بالدراما فالأخبار والموسيقى والدينية ثم الوثائقية والمتخصصة بأفلام وبرامج الأطفال وأخيراً المرأة.

8. الرحاحلة (2013): دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية، وشملت الدراسة طلبة المرحلتين الثالثة والرابعة من كلية التربية الرياضية في جامعة اليرموك، على أساس أن هذه الفئة متخصصة في المجال الرياضي، وأكثر مشاهدة لمباريات كرة القدم الأوروبية من غيرهم. وتمت دراسة الاتجاهات والميول والإعلام المتخصص والإعلام الرياضي والفضائيات التلفزيونية الرياضية ضمن المنظور الأدبي للدراسة.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي والذي يهدف على التعرف على الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موضوع معين، وتكونت عينة الدراسة من (159) مفردة من طلاب السنة الثالثة والرابعة تم اختيارها وفق العينة العشوائية البسيطة.

ومن أهم النتائج أن نسبة (73%) من المجموع الكلي يشاهدون مباريات كرة القدم الأوروبية بنسبة عالية، فيما بينت النتائج بأن قناة الجزيرة الرياضية احتلت المرتبة الأولى بنسبة (69%).

9. قاقيش (2015): استخدام طلبة الجامعات الاردنية للبرامج الوثائقية والإشباعات المتحققة منها.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدامات طلبة الجامعات الأردنية للبرامج الوثائقية، كما هدفت إلى معرفة مدى استخدام طلبة الجامعات الاردنية للبرامج الوثائقية والإشباعات المتحققة جراء استخدامهم للبرامج التي تعرض على قناتي الجزيرة الوثائقية وناشيونال جيوغرافيك أبو ظبي، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد الباحث في دراسته على استخدام المنهج الوصفي، باعتباره المنهج الملائم للتعرف على آراء المبحوثين، واستخدم الباحث أداة المسح (الاستبانة) لجمع البيانات، وقد تم اختيار العينة بطريقة العينة العشوائية وهي تتكون من (400) مفردة من طلبة الجامعات الاردنية.

وخلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها، يستخدم طلبة الجامعات الأردنية البرامج الوثائقية دائماً بنسبه بلغت (56.2%) والذين يشاهدون البرامج الوثائقية أحياناً بنسبة (25.9%) أما الذين يشاهدونها نادراً بنسبة (17.8%)، وهذا ما يشير إلى أن ثلثي طلبة الجامعات الأردنية يشاهدون البرامج الوثائقية.

10. رباعة (2015): تشفير بث الأحداث الرياضية من وجهة نظر المشاهد الأردني "Bein Sports أنموذجاً"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى وجهات نظر المشاهد الأردني نحو تشفير بث الأحداث الرياضية Bein Sports أنموذجاً، والتعرف على الفروق في وجهات نظر المشاهدين تبعاً لمتغيرات الدراسة

(النوع الاجتماعي، المستوى التعليمي، الدخل، مكان السكن، الصفة) وتكونت عينتها من 600 فرداً من المجتمع الكلي للدراسة، تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية.

واستخدم الباحث المنهج الوصفي بأداته المسحية وتكونت الاستبانة المستخدمة من 36 فقرة، موزعة على أربعة مجالات (الاقتصادي، الاجتماعي، الشخصي، الأخلاقي)، وتم استخدام المتوسطات الحسابية والنسب المئوية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين المتعدد كأساليب إحصائية.

وأظهرت الدراسة أن وجهة نظر المشاهد الأردني حول تشفير بث الأحداث الرياضية Bein Sports أنموذجاً، جاءت بدرجة متوسطة، وأظهرت النتائج أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية في وجهات نظر المشاهد الأردني نحو تشفير بث الأحداث الرياضية تُعزى لمتغير المستوى العلمي ولصالح البكالوريوس، ولم تظهر أية فروق على بقية المتغيرات.

وفي ضوء هذه النتائج أوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها: ضرورة إيجاد صيغة تُوازن بين أطراف المعادلة، بحيث تحفظ للقنوات الرياضية التلفزيونية حقوقها من جهة، وتضمن للمشاهد متابعة الأحداث الرياضية دون إقصاء للاعتبار المادي وحده.

11. الخطيب (2015): دور قنوات (BeIN Sport) في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني وتعزيز العلاقات الاجتماعية لديهم

هدفت الدراسة التعرف إلى دور قنوات (BeIN Sport) في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني وتعزيز العلاقات الاجتماعية لديهم، حيث تم استخدام المنهج الوصفي بالأسلوب المسحي العشوائي، وذلك من خلال تطبيق استبانة على (573) طالباً وطالبة من مختلف كليات جامعة

اليرموك الأردنية، حيث بلغ عدد الذكور (311) وعدد الاناث (262) وتضمنت (34) فقرة موزعة على ثلاثة مجالات: هي: (المجال الثقافي، مجال الانتماء للجماعة، مجال العلاقات الاجتماعية)، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن لقنوات (BeIN Sport) دوراً هاماً في نشر ورفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني، وبينت كذلك أن قنوات (BeIN Sport) تؤدي دوراً هاماً في تعزيز العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع الأردني، وتوصلت النتائج كذلك إلى أن قنوات (BeIN Sport) تؤثر في الذكور بدرجة عالية من الإناث ثقافيا واجتماعيا، وكشفت أيضا أن قنوات (BeIN Sport) تعد قوة جذب للشباب الجامعي بغض النظر عن تخصصاتهم الأكاديمية. وقد أوصت الدراسة بضرورة تشجيع الشباب على متابعة قنوات (BeIN Sport) لما لها من أهمية من النواحي الثقافية والاجتماعية، وضرورة العمل للاهتمام بالرياضات والبرامج الجاذبة والمفيدة للعنصر النسائي، والعمل على إفساح المجال لكافة أفراد المجتمع بكافة طبقاته ومستوياته المادية، لمتابعة هذه القنوات من خلال إلغاء أو تخفيض قيمة الاشتراك من قبل ادارة هذه القنوات أو تخصيص اماكن وباحات عامة لمتابعتها من خلال شاشات عرض كبيرة من قبل النوادي الثقافية والبلديات لتكون بمتناول الجميع.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

قدمت الدراسات للباحث المساعدة في إنجاز جوانب عدة، منها وضع التصور العام للدراسة وكذلك تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها، كما ساهمت هذه الدراسات على تحديد أهم جوانب الدراسة المنهجية على تحديد نوع العينة وصياغة تساؤلات الدراسة وفرضياتها، فضلاً عن اطلاع الباحث على المنهج المستخدم في الدراسات وخصوصاً الدراسات التي اعتمدت على منهج المسح وأداة والاستبانة، إضافة الى قراءة الأدب النظري لهذه الدراسات والتعرف على بعض المراجع المفيدة فيها، كما أسهمت هذه الدراسات في التعرف على كيفية عرض نتائج الدراسة والتعليق عليها.

كما تمكن الباحث من الوصول إلى بعض التعريفات والمصطلحات اللازمة في دراسته من خلال اللجوء إلى الدراسات السابقة، والتي قدمت للباحث أيضا مساعدة في صياغة أسس الإعلام الرياضي.

وتتشابه دراسة الخطيب مع الدراسة الحالية في الشبكة المبحوثة بينما يتشابه نوع العينة المستخدمة فهي من الفئة ذاتها، إلا أن الخطيب بحث في علاقة المتابعة ومدى التأثير على عينة الدراسة.

وتعد دراسة الرحاحلة هي الأخرى من الدراسات التي قدمت إضافة إلى الدراسة لأنها تبحث في تأثير القنوات الفضائية الرياضية في تشكيل الميول الرياضي، وتعتمد على عينة مكونة من طلبة جامعة اليرموك، فيما قدمت دراسة الربابعة الفائدة كونها الدراسة الوحيدة التي تبحث في تشفير الشبكة المبحوثة.

وتشابهت الدراسة مع دراسة الزعبي في البحث في البرامج الفضائية الرياضية، كما كان الحال في دراسة إسلام وخاصةً في معرفة الأسباب من وراء تفضيل المتابعين لمشاهدة قناة رياضية عن أخرى.

وفي الجانب الآخر تطرق الباحث لدراسة الطهراوي وبوزيان وبالخيري، لأنها تهدف للتعرف على استخدام العينة المستخدمة لقناة الجزيرة الإخبارية، والتي تعد القناة الأم للشبكة التي تقوم عليها هذه الدراسة، أي ما يساعد الباحث في الوصول إلى روابط ما بين القناة الأم والشبكة.

وكانت دراسة ارباهن ودراسة الغليلات ودراسة خزعل بحثت في طلبة الجامعات، وهي العينة ذاتها التي تعتمد عليها هذه الدراسة، كما أن دراسة الغليلات تبحث في طلبة الجامعات الأردنية وهو الحال ذاته لدراسة خزعل التي تميزت هي الأخرى بدراسة القنوات الفضائية المتخصصة، فيما كانت دراسة قاقيش تبحث في العينة ذاتها في مجال محدد من القنوات المتخصصة.

وتتميز هذه الدراسة عن مثيلاتها بأنها الدراسة الأولى التي تبحث في استخدامات طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية الرياضية والإشباعات المتحققة منها في العصر الحديث للقنوات الفضائية الرياضية في المنطقة العربية وخاصة في ظل التطور الهائل في النقل والتغطية، كما أنها الدراسة الأولى التي تبحث في استخدامات متابعي شبكة قنوات BeIN Sports.

وتبحث الدراسة في عينة تعد هامة للمجتمع وتعتمد على طلبة جامعتين تحتوي كل منها على فئات من كافة الأطياف وهما الأردنية واليرموك.

وتقدم هذه الدراسة محاولة من أجل إثراء للمكتبة الإعلامية العربية لكونها تتميز بدراسة الدوافع من وراء استخدام القنوات الرياضية عند الشباب الجامعي، حيث تخصصت الدراسة بالبرامج الرياضية وشبكة قنوات BeIN Sports. وستقوم هذه الدراسة ببيان النتائج بطريقة مغايرة عن الدراسات السابقة.

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة

منهج الدراسة

مجتمع الدراسة وعينتها

أداة الدراسة

صدق الأداة

ثبات الأداة

متغيرات الدراسة

إجراءات الدراسة

المعالجة الإحصائية

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة

منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف ظاهرة أو حدث معين من خلال جمع الحقائق والمعلومات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها.

وتعتمد الدراسة على المسح الميداني باعتباره أكثر المناهج شيوعا واستخداما لاعتباره جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف على الظاهرة.

ويعرف المنهج الوصفي بأنه بحث تقريري في جوهره، ومهمة الباحث أن يصف الوضع الذي توجد عليه الظاهرة أو الموضوع محل الدراسة في الوقت الحاضر، أي وقت إجراء الدراسة، وبرغم إن الوصف الدقيق هو الهدف الأساسي للبحوث الوصفية، إلا إنها غالباً ما تتعدى ذلك إلى التفسير في حدود الإجراءات المنهجية المتبعة، وقدرة الباحث على التفسير والاستدلال. (الخرابشة، 2007، ص:69)

مجتمع الدراسة وعينتها:

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة جامعتي الأردنية واليرموك المتابعين للبرامج الرياضية، والمسجلين للفصل الدراسي الأول للعام 2015\2016، وتضمنت عينة الدراسة (400) مفردة وزعت بالتساوي بين الجامعتين وتم اختيارهم بطريقة قصدية عشوائية من مجتمع الدراسة، كان منها (370) قابلة للتحليل الإحصائي أي بنسبة 92.5%.

والجدول (1) يبين توزيع أفراد عينة الدراسة على المتغيرات الديمغرافية.

جدول رقم (1)

السمات الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	220	59.5
	أنثى	150	40.5
	المجموع	370	100.0
المرحلة الجامعية	دبلوم	3	0.8
	بكالوريوس	354	95.7
	ماجستير	11	3.0
	دكتوراه	2	0.5
	المجموع	370	100.0
السنة الجامعية	أولى	40	10.8
	ثانية	58	15.7
	ثالثة	120	32.4
	رابعة	152	41.1
	المجموع	370	100.0
تخصص الدراسة	علمي	137	37.0
	أدبي	233	63.0

	المجموع	370	100.0
مكان السكن	مدينة	237	64.1
	قرية	133	35.9
	المجموع	370	100.0

- يظهر من الجدول (1) أن عدد الذكور بلغ (220) ونسبة مئوية (59.5)، بينما بلغ عدد الإناث (150) ونسبة مئوية (40.5).
- كما يظهر من الجدول أن أبرز تكرار لمتغير المرحلة الجامعية كان للمرحلة الجامعية (بكالوريوس) حيث بلغ (354) بنسبة مئوية بلغت (95.7)، وجاءت بعدها المرحلة التعليمية (ماجستير) بتكرار بلغ (11) ونسبة مئوية (3.0).
- ويظهر من الجدول أن أبرز تكرار لمتغير السنة الجامعية كان لسنه (الرابعة) حيث بلغ (152) بنسبة مئوية بلغت (41.1)، وجاء بعده السنة (ثالثة) بتكرار بلغ (120) ونسبة مئوية (32.4).
- ويظهر من الجدول أن أبرز تكرار لمتغير تخصص الدراسة كان لتخصص(أدبي) حيث بلغ (233) بنسبة مئوية بلغت (63.0)، وجاء بعده التخصص (علمي) بتكرار بلغ (120) ونسبة مئوية (32.4).
- ويظهر من الجدول أن أبرز تكرار لمتغير مكان السكن كان للفئة (مدينة) حيث بلغ (237) بنسبة مئوية بلغت (64.1)، وجاء بعده للفئة (قرية) بتكرار بلغ (133) ونسبة مئوية (35.9).

أدوات الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبانة التي تعد إحدى الوسائل الفعالة في جمع البيانات في الدراسات المسحية، وستجمع البيانات عن طريق المقابلة المباشرة للمبحوثين.

وتعرف الاستبانة بأنها مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة، والمرتبطة ببعضها بعضاً بشكل يحقق الهدف، أو الأهداف، التي يسعى لتحقيقها الباحث في ضوء موضوعه والمشكلة التي اختارها لبحثه. (قنديلجي-1999: 157)

ويستخدم الباحث في دراسته أيضا أداة المقابلة، حيث لجأ لمقابلة مختصين في الإعلام الرياضي.

وتعرف المقابلة بأنها مجموعة من الأسئلة والاستفسارات والإيضاحات، التي يطلب الإجابة عليها والتعقيب عليها وجها لوجه، بين الباحث والأشخاص المعنيين بالبحث. (مرجع سابق-1999: 170)

صدق الأداة:

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس الأسئلة ما وضعت لقياسه، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبانة من خلال اختبار الصدق، حيث عرض الباحث الاستبانة على مجموعة من المحّكمين تألفت من (5) من أعضاء الهيئة التدريسية والمختصين وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

ثبات الأداة:

بغرض التأكد من ثبات أداة الدراسة (الاستبانة) تم تطبيق معادلة كرونباخ ألفا على جميع مجالات الدراسة والأداة ككل، جدول (2) يوضح ذلك.

جدول رقم (2)

معاملات ثبات مجالات الاستبانة

الرقم	المحاور	معامل كرونباخ ألفا
1	درجة متابعتك للألعاب التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports	0.87
2	درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports	0.85
3	درجة الحاجة أو الدافع لمشاهدة قنوات BeIN Sports	0.89
4	درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports	0.86
الأداة ككل		0.94

يظهر من جدول (2) أن معاملات الثبات لمحاور استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (0.85-0.89) أعلاها لمحور " درجة الحاجة أو الدافع لمشاهدة قنوات BeIN Sports " وجاء بعده محور " درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports " بمعامل ثبات بلغ (0.86)، ثم محور " درجة متابعتك للألعاب التالية عبر شبكة قنواتBeIN Sport " بمعامل ثبات بلغ (0.87)، وأخيراً جاء محور " درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports " بمعامل ثبات بلغ (0.85)، كما بلغ معامل الثبات للأداة ككل (استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports) (0.94)، وهي قيم مرتفعة ومقبولة لأغراض تطبيق الدراسة.

إجراءات الدراسة:

- الاطلاع على ما توفر من أدبيات تتعلق بموضوع الدراسة، كتب أو دراسات أو أبحاث أو مقالات علمية أو مؤتمرات.
- متابعة الباحث للشبكة بشكل مستمر، والتواصل مع عدد من المتابعين عبر الانترنت وفي الأماكن المختلفة للحصول على وجهات نظر تخص الشبكة.
- إعداد الاستبانة الخاصة بالدراسة، وعرضها على عدد من المحكمين لتحكيمها.
- توزيع الاستبانة على عينة الدراسة.
- التحليل الإحصائي.
- استخراج النتائج ومناقشتها.

المعالجة الإحصائية:

لاختبار فرضيات الدراسة تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية من خلال برنامج الرزم الإحصائية (SPSS):

- التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية الترتيبية والانحرافات المعيارية.
- مربع كاي (chi-spuare)، للكشف عن الفروق في إجابات أفراد العينة على متغيرات الدراسة.
- تطبيق تحليل التباين الخماسي (ANOVA) للكشف عن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات **BeIN Sports.** تبعا لمتغيرات الدراسة (الجنس، المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن)

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

أولاً: المحور الأول

ثانياً: المحور الثاني

ثالثاً: المحور الثالث

رابعا: المحور الرابع

خامساً: اختبار الفروض

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

فيما يلي عرض نتائج محاور الدراسة بالاعتماد على الاستبانة:

المحور الأول: ما طبيعة استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports:

– متى تشاهد شبكة قنوات BeIN Sports:

جدول رقم (3)

توزيع العينة حسب وقت مشاهد شبكة قنوات BeIN Sports

الفئات	التكرار	النسبة
يوميا	111	30.0
أسبوعيا	107	28.9
شهريا	152	41.1
المجموع	370	100.0

تشير البيانات في جدول رقم (3) إن الوقت الذي يشاهد فيه الأفراد شبكة قنوات BeIN Sports وهو شهريا بتكرار بلغ(152) وبنسبة مئوية بلغت(41.1) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم يوميا فبلغ تكرارهم (111) وبنسبة مئوية (30.0) من أفراد العينة.

بينما بلغ تكرار من يتابع الشبكة أسبوعياً (107) وبنسبة مئوية بلغت (28.9).

- ما الفترة التي تفضل مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports فيها:

جدول رقم (4)

توزيع العينة حسب الفترة التي تفضل مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports فيها

الفئات	التكرار	النسبة
صباحاً	6	1.6
ظهراً	24	6.5
مساءً	298	80.5
بعد منتصف الليل	42	11.4
المجموع	370	100.0

تشير البيانات في جدول رقم (4) أن الفترة التي يفضل بها الأفراد مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports هي مساءً بتكرار بلغ (298) وبنسبة مئوية بلغت(80.5) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم بعد منتصف الليل فبلغ عددهم (42) وبنسبة مئوية (11.4) من أفراد العينة.

وبلغ تكرار من يشاهدون الشبكة ظهراً (24) بنسبة مئوية بلغت (6.5)، بينما كانت الإجابة صباحاً منخفضة جداً بتكرار (6) مرات، وبنسبة مئوية (1.6).

- كيف تفضل مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports:

جدول رقم (5)

توزيع العينة حسب الطريقة التي تفضل بها مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports

الفئات	التكرار	النسبة
وحيداً	51	13.8
رفقة أصدقائي	224	60.5
رفقة العائلة	95	25.7
المجموع	370	100.0

تشير البيانات في جدول رقم (5) إن الطريقة التي يفضل بها الأفراد مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports هي برفقة الأصدقاء بتكرار بلغ(224) وبنسبة مئوية بلغت(60.5) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم برفقة العائلة فبلغ عددهم (95) وبنسبة مئوية (25.7) من أفراد العينة.

- كم عدد الساعات التي تتابع شبكة قنوات BeIN Sports يومياً:

جدول رقم (6)

توزيع العينة حسب عدد الساعات التي تتابع بها شبكة قنوات BeIN Sports يومياً

الفئات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	122	33.0
1–2 ساعة	130	35.1

2-3 ساعة	77	20.8
أكثر من 3 ساعات	41	11.1
المجموع	370	100.0

تشير البيانات في جدول رقم (6) أن عدد الساعات التي يتابع بها الأفراد شبكة قنوات BeIN Sports يومياً هي من 1-2 ساعة بتكرار بلغ(130) وبنسبة مئوية بلغت(35.1) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم أقل من ساعة فبلغ عددهم (122) وبنسبة مئوية (33.0) من أفراد العينة.

- كيف تتابع شبكة قنوات BeIN Sports:

جدول رقم (7)

توزيع العينة حسب كيفية متابعة شبكة قنوات BeIN Sports

الفئات	التكرار	النسبة
عبر اشتراكي على التلفاز	208	56.2
اشتراكي على الانترنت	58	15.7
في المقاهي والتجمعات	57	15.4
عند الأصدقاء	31	8.4
وسائل غير مشروعة	16	4.3
المجموع	370	100.0

تشير البيانات في جدول رقم (7) أن الطريقة التي يتابع بها الأفراد شبكة قنوات **BeIN Sports** هي عبر اشتراكي على التلفاز بتكرار بلغ(208) وبنسبة مئوية بلغت(56.2) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم اشتراكي على الانترنت فبلغ عددهم (58) وبنسبة مئوية (15.7) من أفراد العينة.

- كم عدد الساعات التي تتابع فيها القناة الإخبارية في شبكة قنوات BeIN Sports:

جدول رقم (8)

توزيع العينة حسب الساعات التي تتابع فيها القناة الإخبارية في شبكة قنوات BeIN Sports

الفئات	التكرار	النسبة
أقل من ساعة	207	55.9
1-2 ساعة	118	31.9
2-3 ساعة	27	7.3
أكثر من 3 ساعات	18	4.9
المجموع	370	100.0

تشير البيانات في جدول رقم (8) إن عدد الساعات التي تتابع فيها الإفراد القناة الإخبارية في شبكة قنوات BeIN Sports هي أقل من ساعة بتكرار بلغ(207) وبنسبة مئوية بلغت(55.9) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم 1-2 ساعة فبلغ عددهم (118) وبنسبة مئوية (31.9) من أفراد العينة.

المحور الثاني: ما أكثر الأحداث الرياضية التي يتابعها طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

- ما هي درجة متابعتك للألعاب التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports:

جدول (9)

المتوسطات الحسابية الترتيبية والانحرافات المعيارية التي تقيس درجة متابعتك للألعاب عبر شبكة قنوات BeIN Sports

الرقم	الألعاب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	كرة القدم	3.43	0.90	1
2	كرة السلة	2.08	0.96	7
3	كرة الطائرة	1.88	0.95	11
4	كرة اليد.	1.82	0.98	13
5	التنس الأرضي.	2.28	1.14	2
6	الرياضات الميكانيكية (رياضات السرعة)	2.09	1.10	6
7	ألعاب القوى.	2.25	1.10	4
8	ألعاب القتال.	2.24	1.14	5
9	الفروسية	2.03	1.11	8
10	السباحة.	2.28	1.12	2
11	الجمباز.	1.98	1.07	9
12	الدراجات الهوائية.	1.95	1.03	10
13	غير ذلك (يحددها الطالب)	1.86	1.24	12
المتوسط العام		**2.03**	**0.60**	-

يظهر من الجدول (9) أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال درجة متابعتك للألعاب عبر شبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (1.82-3.43)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " كرة القدم " بمتوسط حسابي (3.43) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (5)

والتي تنص على " التنس الأرضي.". بمتوسط حسابي (2.28) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (4) والتي تنص على " كرة اليد." بمتوسط حسابي (1.82) وبدرجة منخفضة.

كما بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة متابعتك للألعاب التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports " (2.03) وبدرجة متوسطة.

– ما هي درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports:

جدول (10)

المتوسطات الحسابية الترتيبية والانحرافات المعيارية التي تقيس درجة متابعة أحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports

الرقم	المناطق الجغرافية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	إسبانيا	3.26	1.02	1
2	إيطاليا.	2.64	1.09	4
3	إنجلترا	2.61	1.18	5
4	ألمانيا	2.72	1.14	3
5	فرنسا	2.23	1.06	6
6	باقي دول القارة الأوروبية	1.93	0.94	7
7	أمريكا الجنوبية.	1.89	0.99	8
8	أمريكا الشمالية.	1.75	0.89	11

9	الدول العربية.	2.76	1.12	2
10	دول شرق آسيا وقارة أوقيانوسيا.	1.85	1.00	9
11	القارة الإفريقية.	1.77	0.97	10
المتوسط العام		**2.31**	**0.65**	–

يظهر من الجدول (10) أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال درجة متابعة أحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (1.75-3.26)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " إسبانيا. " بمتوسط حسابي (3.26) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (9) والتي تنص على " الدول العربية.". بمتوسط حسابي (2.76) وبدرجة متوسطة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (8) والتي تنص على " أمريكا الشمالية." بمتوسط حسابي (1.75) وبدرجة منخفضة.

كما بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports " (2.31) وبدرجة متوسطة.

المحور الثالث: ما دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

- **ما هو الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports:**

جدول (11)

المتوسطات الحسابية الترتيبية والانحرافات المعيارية التي تقيس الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports

الرقم	الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديك.	4.44	0.90	1
2	متابعة الفريق المفضل لديك.	4.40	0.95	2
3	متابعة آخر الأخبار الرياضية.	3.79	1.07	6
4	الحصول على المعلومات الرياضية.	3.78	1.14	7
5	الترفيه والتسلية.	4.03	1.04	3
6	الهروب من المشاكل الدراسية	3.28	1.30	14
7	الهروب من ضغوط اجتماعية.	3.17	1.24	18
8	الحوار مع أصدقائي.	3.58	1.21	9
9	الحوار مع إفراد عائلتي.	3.22	1.21	16
10	التميز عن الآخرين.	3.18	1.29	17
11	الاستماع للتعليق باللغة العربية.	3.87	1.24	4
12	متابعة البرامج التي تقدمها الشبكة.	3.38	1.14	12
13	متابعة الأستوديو التحليلي الخاص بالأحداث.	3.43	1.24	11
14	متابعة التغطية الإخبارية للشبكة.	3.36	1.19	13
15	تميز الكوادر العاملة في الشبكة	3.15	1.27	19
16	متابعة البرامج التي تقدمها الشبكة.	3.26	1.25	15
17	احترافية النقل والتغطية للأحداث.	3.82	1.15	5
18	تغطية غالبية الأحداث على مستوى العالم.	3.74	1.19	8

19	غياب المنافس في المنطقة.	3.56	1.23	10
المتوسط العام		**3.60**	**0.69**	–

يظهر من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (3.15–4.44)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديك. " بمتوسط حسابي (4.44) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (2) والتي تنص على " متابعة الفريق المفضل لديك". بمتوسط حسابي (4.40) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (15) والتي تنص على " تميز الكوادر العاملة في الشبكة." بمتوسط حسابي (3.15) وبدرجة متوسطة.

كما بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports " (3.60) وبدرجة متوسطة.

المحور الرابع: ما الإشباعات التي تحققها متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

- **ما هي درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports:**

جدول (12)

المتوسطات الحسابية الترتيبية والانحرافات المعيارية التي تقيس درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports

الرقم	الإشباعات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
1	عززت معلوماتي الرياضية	4.22	0.85	1
2	معرفتي لآخر الأخبار الرياضية.	4.13	0.93	2
3	ساعدتني في متابعة الإحداث الرياضية المفضلة.	4.09	0.99	3
4	ساهمت في تحقيق التسلية والمتعة.	4.04	0.97	4
5	ساهمت في هروبي من الضغوط اليومية.	3.52	1.17	7
6	ساهمت في هروبي من مشاكل الدراسة.	3.35	1.25	10
7	ساعدتني في التميز عن الآخرين.	3.27	1.19	11
8	ساعدتني على تكوين علاقات جديدة	3.37	1.16	9
9	ساعدتني في تكوين ميولي جديدة.	3.62	1.16	6
10	معرفة أنماط حياة الشعوب الأخرى.	3.63	1.09	5
11	عززت من شعوري بتقدير الذات.	3.50	1.20	8
المتوسط العام		**3.70**	**0.71**	–

يظهر من الجدول (11) أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (3.27-4.22)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " عززت معلوماتي الرياضية. " بمتوسط حسابي (4.22) وبدرجة مرتفعة،

تليها الفقرة رقم (2) والتي تنص على " معرفتي لآخر الأخبار الرياضية ". بمتوسط حسابي (4.13) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (7) والتي تنص على " ساعدتني في التميز عن الآخرين." بمتوسط حسابي (3.27) وبدرجة متوسطة.

كما بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports " (3.70) وبدرجة مرتفعة.

اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) في استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports والإشباعات المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports؟

للتحقق من صحة الفرضية الأولى للدراسة تم استخراج ch2للكشف عن الفروق في استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports حيث بلغ معامل الارتباط (101.22) بدلالة إحصائية (0.00) وهذا يدل على وجود فروق في استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports.

الفرضية الثانية: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) في إشباعات المحتوى التي تحققها متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

للتحقق من صحة الفرضية الثانية للدراسة تم استخراج ch2للكشف عن الفروق في إشباعات المحتوى التي تحققها متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports حيث بلغ معامل الارتباط (207.00) بدلالة إحصائية (0.00) وهذا يدل على وجود فروق في إشباعات المحتوى التي تحققها متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

الفرضية الثالث: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \geq 0.05$) في العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة للفئة المبحوثة من حيث (الجنس، والمرحلة الأكاديمية، والسنة الجامعية، ونوع التخصص، ومكان الإقامة) مع درجة الاستخدام؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق تحليل التباين الخماسي(ANOVA) للكشف عن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sport تعزي للمتغيرات، الجنس، المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن. جدول (13) يوضح ذلك:

جدول (13)

جدول (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تقيس مستوى استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sport للمتغيرات الجنس المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن.

المتغير	الفئة	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية
الجنس	ذكر	220	2.06	0.56
	أنثى	150	2.01	0.66
المرحلة الأكاديمية	دبلوم	3	1.95	0.18
	بكالوريوس	354	2.04	0.60
	ماجستير	11	1.91	0.60
	دكتوراه	2	2.04	1.14
السنة الجامعية	أولي	40	2.00	0.63
	ثانية	58	1.92	0.63
	ثالثة	120	2.11	0.55

	رابعة	152	2.04	0.62
تخصص الدراسة	علمي	137	2.10	0.63
	أدبي	233	2.00	0.59
مكان السكن	مدينة	237	2.04	0.60
	قرية	133	2.04	0.60

يظهر من الجدول (13) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية تبعاً لمتغيرات الجنس **المرحلة الاكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن**، وللكشف عن الدلالة الاحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الخماسي (5–Way–ANOVA)، جدول(14) يوضح ذلك

جدول (14)

نتائج اختبار تحليل التباين الخماسي (ANOVA) للكشف عن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات Bein Sports للمتغيرات الجنس المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة الإحصائية
الجنس	126.	1	0.126	0.347	0.556
المرحلة الاكاديمية	083.	3	0.028	0.076	0.973
السنة الجامعية	1.448	3	0.483	1.324	0.266
تخصص الدراسة	1.020	1	1.020	2.796	0.095

مكان السكن	0.000	1	0.000	0.000	0.985
الخطأ	131.252	360	0.36		
المجموع المصحح	133.979	36			

- يظهر من الجدول (14) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤0.05) للكشف عن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات Bein Sports للمتغيرات الجنس المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن. حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (α ≤0.05).

الفرضية الرابعة: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α ≤ 0.05) هل في العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة للفئة المبحوثة من حيث الجنس والمرحلة الأكاديمية والسنة الجامعية، ونوع التخصص، ومكان الإقامة) مع درجة الإشباعات؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تطبيق تحليل التباين الخماسي(ANOVA) للكشف عن استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports تعزي للمتغيرات الجنس، المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن، جدول (15) يوضح ذلك:

جدول (15)

جدول (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية التي تقيس مستوى الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sport للمتغيرات الجنس المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن. مع درجة الإشباعات.

المتغير	الفئة	العدد	المتوسطات الحسابية	انحرافات المعيارية
الجنس	ذكر	220	3.77	0.71
	أنثى	150	3.61	0.72
المرحلة الاكاديمية	دبلوم	3	3.79	0.95
	بكالوريوس	354	3.72	0.72
	ماجستير	11	3.23	0.52
	دكتوراه	2	3.18	0.77
السنة الجامعية	أولي	40	3.77	0.57
	ثانية	58	3.69	0.78
	ثالثة	120	3.80	0.69
	رابعة	152	3.62	0.74

تخصص الدراسة	علمي	137	3.74	0.65
	أدبي	233	3.68	0.75
مكان السكن	مدينة	237	3.72	0.68
	قرية	133	3.68	0.79

- يظهر من الجدول (15) وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية تبعاً لمتغيرات **الجنس، المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن،** وللكشف عن الدلالة الاحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الخماسي (5–Way–ANOVA)، جدول(16) يوضح ذلك

جدول (16)

نتائج اختبار تحليل التباين الخماسي (ANOVA) للكشف عن درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sport للمتغيرات الجنس المرحلة الأكاديمية، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	F	الدلالة الإحصائية
الجنس	2.556	1	2.556	5.096	0.025
المرحلة الاكاديمية	3.927	3	1.309	2.610	0.051
السنة الجامعية	2.614	3	0.871	1.737	0.159

تخصص الدراسة	0.077	1	0.077	0.154	0.695
مكان السكن	0.051	1	0.051	0.103	0.749
الخطأ	180.559	360	0.50		
المجموع المصحح	189.376	36			

- يظهر من الجدول (16) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤0.05) للكشف عن درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات Bein Sports للمتغيرات، السنة الجامعية، تخصص الدراسة، مكان السكن. حيث لم تصل قيمة (f) إلى مستوى الدلالة الإحصائية (α ≤0.05).
- يظهر من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤0.05) للكشف عن درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات Bein Sports، تبعاً لمتغير (الجنس) حيث بلغت قيمة (f) (5.096) عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.025) وكانت الفروق لصالح (الذكور) بمتوسط حسابي (3.77).
- يظهر من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α ≤0.05) عن درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات Bein Sports تبعاً للمتغير (المرحلة الأكاديمية) حيث بلغت قيمة (f) (2.610) عند مستوى الدلالة الإحصائية (0.05)، وللكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (scheffe) وجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (17)

نتائج اختبار شيفيه (scheffe) للكشف عن مواقع الفروق لدرجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات Bein Sports تبعا لمتغير (المرحلة الأكاديمية)

المرحلة الأكاديمية	العدد	المتوسط الحسابي	ممتاز	جيد جدا	جيد	متوسط
دبلوم	3	3.79	–	0.07	0.56	*0.61
بكالوريوس	354	3.72		–	0.49	0.54
ماجستير	11	3.23			–	0.05
دكتوراه	2	3.18				–

يظهر من الجدول (17) وجود فروق في درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات **Bein Sports** بين الفئة (دبلوم) بمتوسط حسابي(3.79) والفئة (دكتوراه) بمتوسط حسابي (3.18) وكانت الفروق لصالح الفئة (دبلوم) بمتوسط حسابي بلغ (3.79).

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة نتائج الدراسة

التوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج

السؤال الاول: ما طبيعة استخدام طلبة الجامعات الاردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

تشير نتائج الدراسة حسب التحليل الاحصائي لطبيعة استخدام طلبة الجامعات الاردنية لشبكة قنوات BeIN Sport، أن الوقت الذي يشاهد به الأفراد شبكة قنوات BeIN Sports هو شهريا بتكرار بلغ (152) وبنسبة مئوية بلغت (41.1) أما بالنسبة للذين كانت إجاباتهم يوميا فبلغ تكرارهم (111) وبنسبة مئوية (30.0) من أفراد العينة، والذين اجابوا اسبوعياً بلغ تكرارهم (107) بنسبة مئوية بلغت (28.1).

كما أن الفترة التي يفضل بها الأفراد المشاهدة هي مساءاً بتكرار بلغ (298) وبنسبة مئوية بلغت(80.5)، بينما بلغ التكرار لمن يتابعون الشبكة بعد منتصف الليل (42) بنسبة مئوية (11.4)، وكانت المرتبة الأخيرة لمن يتابعون الشبكة صباحا بتكرار بلغ (6) وبنسبة مئوية بلغت (1.6). وأن الطريقة التي يفضل بها الأفراد المشاهدة كانت برفقة الأصدقاء بتكرار بلغ (224) وبنسبة مئوية بلغت(60.5)، وأن عدد الساعات التي يتابع بها الأفراد قنوات BeIN Sports يومياً هي من 1-2 ساعة بتكرار بلغ (130) وبنسبة مئوية بلغت(35.1). وعدد الساعات التي تتابع فيها الإفراد القناة الإخبارية في الشبكة هي أقل من ساعة بتكرار بلغ(207) وبنسبة مئوية بلغت (55.9). وأن الطريقة التي يفضل بها الأفراد المتابعة هي عبر اشتراكي على التلفاز بتكرار بلغ(208) وبنسبة مئوية بلغت(56.2) من أفراد العينة.

قام الطالب بالتعرف إلى طبيعة استخدام طلبة الجامعات الاردنية لشبكة قنوات BeIN Sports من خلال التعرف إلى مشاهدة الطلاب للشبكة، وكانت الإجابة في أغلبها شهرياً أو حتى أسبوعياً، ما يدل على أن الطلبة يهتمون بمشاهدة الأحداث الرياضي الأسبوعية مثل بطولات كرة القدم الأوروبية ومنهم من يهتم بمشاهدة الأحداث الرياضية الهامة، والحديث هنا عمن يتابع الشبكة شهرياً، ويشير ذلك إلى عدم وجود برامج رياضية بارزة بالنسبة للمشتركين الذين يتابعون الشبكة أسبوعياً او شهرياً.

وأشارت النتائج إلى أن المتابعة ترتكز في فترة المساء ويعود ذلك إلى أن الأحداث الرياضية تقام في فترة المساء، بينما أظهرت الدراسة انخفاض نسبة من يتابعون الشبكة صباحا، وهي نتيجة منطقية لكونهم يرتبطون بجامعاتهم.

السؤال الثاني: ما أكثر الأحداث الرياضية التي يتابعها طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

وينقسم هذا السؤال إلى قسمين، **الأول:** ما درجة متابعتك للألعاب الرياضية عبر شبكة قنوات BeIN Sports؟

بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة متابعتك للألعاب الرياضية عبر شبكة قنوات BeIN Sports"(2.03) وبدرجة متوسطة.

حسب النتائج التالية: أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال درجة متابعتك للألعاب عبر شبكة قنوات BeIN Sportsتراوحت بين (1.82-3.43)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " كرة القدم " بمتوسط حسابي (3.43) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (5) والتي تنص على " التنس الأرضي" بمتوسط حسابي (2.28) وبدرجة متوسطة.

وتدل النتيجة على وجود فروقات ظاهرة ما بين لعبة كرة القدم وأقرب الألعاب إليها.

الثاني: ما درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports؟

حيث بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports"(2.31) وبدرجة متوسطة.

إن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال درجة متابعة الأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (1.75−3.26)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " إسبانيا " بمتوسط حسابي (3.26) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (9) " الدول العربية " بمتوسط حسابي (2.76) وبدرجة متوسطة.

قام الطلب بطرح السؤالين بهدف التعرف إلى البطولات والأحداث الرياضية الأكثر متابعة من قبل أفراد العينة، من خلال ربط اللعبة بالمنطقة الجغرافية، وأظهر التحليل أن بطولة الدوري الإسباني لكرة القدم هي الأكثر متابعة، ويعود ذلك لكون كرة القدم هي اللعبة الأكثر متابعة وبفارق ظاهر عن أقرب الألعاب إليها، ولكون اسبانيا هي الدولة الأكثر تفضيلاً من قبل أفراد العينة وبفارق ظاهر عن أقرب منطقة جغرافية أو دولة إليها.

وفي المركز الثاني مباريات المنتخبات العربية لكرة القدم بينما تظهر أهمية لعبة التنس الأرضي وبطولات السباحة المختلفة، في حين كشفت النتائج عن ترتيب في أهمية بطولات كرة القدم الأوروبية بالنسبة لأفراد العينة فبعد أن ظهر الدوري الإسباني لكرة القدم في المركز الأول، احتل الدوري الألماني المركز الثاني يليه الإيطالي فالإنجليزي.

السؤال الثالث: ما دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports"(3.60) وبدرجة متوسطة بارتفاع، حيث أن المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports تراوحت بين (3.15-4.44)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على " متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديك. " بمتوسط حسابي (4.44) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (2) والتي تنص على " متابعة الفريق المفضل لديك". بمتوسط حسابي (4.40) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (15) والتي تنص على " تميز الكوادر العاملة في الشبكة." بمتوسط حسابي (3.15) وبدرجة متوسطة.

كشفت الدراسة أن الدافع الأول لأفراد العينة لمشاهدة لشبكة قنوات BeIN Sports هو اللعبة المفضلة لديهم يليه متابعة الفريق المفضل لديهم ومن ثم الترفيه والتسلية، ما يشير إلى أن الدوافع تخص المحتوى المقدم وليس الشبكة ذاتها، كما أشارت النتائج إلى ظهور دافع "الاستماع للتعليق باللغة العربية" في المركز الرابع، بينما كانت "احترافية النقل والتغطية للأحداث" في المركز الخامس وهي دوافع تختص بالشبكة ذاتها.

السؤال الرابع: ما الإشباعات التي تحققها متابعة طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports؟

بلغ المتوسط العام لجميع فقرات مجال" درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports "(3.70) وبدرجة مرتفعة.

المتوسطات الحسابية لجميع فقرات مجال درجة الإشباع المحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sportsتراوحت بين (3.27–4.22)، حيث كانت أعلاها للفقرة رقم (1) والتي تنص على "عززت معلوماتي الرياضية. " بمتوسط حسابي (4.22) وبدرجة مرتفعة، تليها الفقرة رقم (2) والتي تنص على " معرفتي لآخر الأخبار الرياضية "بمتوسط حسابي (4.13) وبدرجة مرتفعة، وبالمرتبة الأخيرة الفقرة رقم (7) والتي تنص على " ساعدتني في التميز عن الآخرين" بمتوسط حسابي (3.27) وبدرجة متوسطة.

كشفت نتائج الدراسة إلى أن نتيجة درجة إشباع الدافع الأول من خلال "ساعدتني في متابعة الأحداث الرياضية المفضلة" المتحققة لأفراد العينة جراء متابعتهم لشبكة قنوات BeIN Sports

جاءت مرتفعة بالمركز الثالث، بينما كان التعرف على المعلومات ومتابعة آخر الأخبار في المركز الأول والثاني، ويرى الطالب ارتباط هاتين النقطتين بالقناة الإخبارية المفتوحة.

توصيات الدراسة

1. العمل على التطوير الدائم والمستمر في تحسين الخدمة من قبل الشبكة لزيادة الإقبال على متابعة قنوات الشبكة من قبل الجمهور.
2. الاهتمام بالألعاب الرياضية الأخرى على غرار لعبة كرة القدم التي تأخذ الحيز الأكبر للمشاهدين.
3. الاهتمام بالقناة الإخبارية من خلال نشر مباشر لعدد من الأحداث الرياضية المهمة لزيادة متابعة القناة من قبل الجمهور.
4. إعداد برامج رياضية ممتعة في جذب المتابعين خلال الفترات التي تشهد أحداث ومباريات رياضية وملئ أوقات الفراغ لدى الشباب تجنباً للسلوكيات الخاطئة منهم.
5. الاهتمام بالبطولات العربية والدوريات لمحلية وتقديم تغطية مميزة لها، وإعداد برامج بهدف تنمية المستوى الرياضي لدى اللاعب العربي.
6. العمل على التواصل ما بين الشبكة والمتابعين للتعرف إلى البطولات والفرق الرياضية التي تلقى رواجاً خلافاً عن تلك التي تلقى اهتماماً واسعاً من قبل الشبكة.
7. تخصيص فترات أكثر لتغطية ألعاب التنس الأرضي والسباحة، والعمل على برامج توعوية عنها.
8. النظر في الكوادر العاملة في الشبكة والعمل دوماً على استقطاب الكوادر المميزة.
9. العمل على مراجعة أسعار الاشتراك في خدمة شبكة قنوات BeIN Sport، لجذب أكبر قدر من المشاهدين، وذلك بالعمل على وضع أسعار تتناسب مع الدخل الشهري في كل بلد على حدا.

المصادر والمراجع

أ- المراجع العربية

- ابو إصبع، خليل (2006). **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. ط5. عمان: دار المجدلاوي لنشر والتوزيع.**
- أبو زيد، فاروق (1986). **الصحافة المتخصصة السياسة الخارجية المرأة الرياضة الجريمة الفن. ط1. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.**
- أبو شنب، حسين وتريان، ماجد(2008). "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات"، **المؤتمر الرابع للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام وسائل الإعلام الجديدة وآفاق، للفترة من 20-21 مايو، المستقبل، القاهرة، جمهورية مصر العربية.**
- أبو عرجة، تيسير (2000). **دراسات في الصحافة والإعلام**. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- اتحاد إذاعات الدول العربية (2011)، **مجلة إذاعات الدول العربية**.2. 98-105.
- البكري، إياد (1999). **عام 2000 حرب المحطات الفضائية**. عمان: دار الشروق.
- بو زيان، عبد الغني، وبالخيري رضوان (2012). **استخدامات جمهور الأساتذة الجامعيين للبرامج الإخبارية لقناة الجزيرة والإشباعات المتحققة.** (دراسة تطبيقية)، جامعة تبسة، الجزائر، الجزائر.
- البياتي، ياس (2006). **الاتصال الدولي والعربي. ط1**. عمان: دار الشروق للنشر.

- حافظ، أسما (1998). **دراسات في الصحافة المتخصصة**. القاهرة: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- حجاب، محمد (2010). **نظريات الاتصال. القاهرة: دار الفجر.**
- الحديدي، منى واللبان، شريف (2009). **فنون الاتصال والإعلام المتخصص. ط1**. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الخرابشة، عمر محمد (2007). **أساليب البحث العلمي**، ط1، عمان: دار التطبيقية للنشر والتوزيع.
- خزعل، عبد النبي (2013)، "الطلاب ومشاهدة القنوات الفضائية المختصة" **مجلة الباحث الإعلامي**. 21.
- خضور، أديب (1994)، **الإعلام الرياضي، ط1، دمشق: الدكتور اديب خضور.**
- خضور، أديب (2015). "الإعلام الصحي دراسة في تأصيل المفهوم"، **المؤتمر الأول للإعلام الصحي، للفترة من 2-4 مارس، جامعة الشرق الأوسط، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.**
- الخطيب، يوسف (2015). **دور قنوات (BeIN Sport) في رفع مستوى الثقافة الرياضية لدى الشباب الأردني وتعزيز العلاقات الاجتماعية لديهم**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- الربابعة، عمر (2015). **تشفير بث الأحداث الرياضية من وجهة نظر المشاهد الأردني**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.

- رحاحلة، صفوان (2013). **دور الفضائيات التلفزيونية الرياضية العربية في تشكيل الميول نحو متابعة رياضة كرة القدم الأوروبية.** (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- الزعبي، لطفي (1992). **اتجاهات طلبة الجامعة الأردنية نحو برنامج المجلة الرياضية في التلفزيون الأردني.** (رسالة ماجستير غير منشورة)، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- زلطة، عبد الله (2002). **الإعلام الدولي في العصر الحديث.** القاهرة: دار الفكر العربي.
- زهران، حامد (2005). **علم نفس النمو الطفولة والمراهقة.** القاهرة: عالم الكتب.
- شاهين، هبة (2010). **التلفزيون الفضائي العربي. ط2.** القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- الطهراوي، نبيل (1999). **اتجاهات طلبة قسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية نحو مشاهدة قناة الجزيرة الفضائية.** الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- عبد الحميد، محمد (2004). **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. ط3.** القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحي، جمال(2012)، "مدخل تاريخي لتطور ونشأة التلفاز" **مجلة الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا**.3(7). ص:11.
- العبد، عاطف (1997). **مدخل إلى الاتصال والرأي العام.** القاهرة: دار الفكر العربي.
- العبد، عاطف والعبد، نهى (2008). **نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية.** القاهرة: دار الفكر العربي.
- عمارة، نائلة (1998)، "دوافع استخدام المصريين المغتربين لوسائل الإعلام الوطنية والأجنبية والإشباعات المتحققة" **مجلة كلية الآداب جامعة الزقازيق.** (22):503-458 .

- عويس، خيري الدين وعطا، عبد الرحيم (1998). **الإعلام الرياضي**. القاهرة: مركز الكتاب للنشر.
- الغليلات، سامر (2009). **استخدام طلبة الجامعات الأردنية للقنوات الفضائية والإشباعات** المتحققة منها. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- قاقيش، عدي (2015). **استخدام طلبة الجامعات الأردنية للبرامج الوثائقية والإشباعات المتحققة منها**. (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة البترا، عمان، الأردن.
- القضاة، محمد (1994). **اب التلفزيون والفيلم**. عمان: دار الفكر العربي.
- القليني، سوزان (1998). "مدى اعتماد الصفوة المصرية على التليفزيون في وقت الأزمات دراسة حالة على حادث الأقصر" **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**. (4): 35.
- القنديلجي، عامر (1999). **البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات**، عمان: دار اليازوري العلمية.
- ماكفيل، توماس (2005). **الإعلام الدولي النظريات والاتجاهات**. (ترجمة نصر، حسني والكندي، عبد الله) ط1. العين: دار الكتاب الجامعي.
- محمود، إسماعيل (2003). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**. القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- المشاقبة، بسام (2011). **نظريات الإعلام. ط1**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- المعياري، المنصف وعبد الكافي، محمد (2006). **القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة.** تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- مكاوي، حسن والسيد، ليلى (1998). **الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1**. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية .

- مكاوي، حسن والسيد، ليلى (2003). **الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط4**. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- مكاوي، حسن والسيد، ليلي (2001). **الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط2**. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- النجار، رضا (2009). **حقوق نقل الاحداث الرياضية**. تونس: اتحاد إذاعات الدول العربية.
- النجار، سامي (2004). "دور الصحافة المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية العولمة والهوية الثقافية"، **المؤتمر العلمي السنوي العاشر الإعلام المعاصر والهوية العربية، للفترة من 4-6 مايو، كلية الإعلام جامعة القاهرة، القاهرة، جمهورية مصر العربية.**
- الهيتي، عبد الرزاق (2011). **الصحافة المتخصصة**. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ياسين، صباح (2013). **الإعلام الفضائي في الوطن العربي تحليل للمضمون والتأثير في النخب والرأي العام**. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربي.
- ياسين، ياسين فضل (2011). **الإعلام الرياضي**. عمان: دار أسامة.

ب- المراجع الأجنبية

- Aslam, Muhammad, (2008), ***Sport TV Channel Preferences in Lahore، Pakistan***. ISSN 1450-216X Vol.24 No.2
- Urbahn, Keith, (2004), ***Reporting the Truth: Media Perceptions, Preferences, and Practices among Young UAE Nationals***، Report Submitted to the US
- Embassy, Abu Dhabi, UAE.

ج- المراجع الالكترونية:

Mr. Egypt (2012) ، مجلة Mr. Egyptالعلوم الفضائيات، منتديات تونس متوفر:

/ https://www.tunisia-sat.com/forums/threads/178149

تجارة الرياضة في المواقع العربية، موقع الجزيرة الالكتروني متوفر:

http://www.aljazeera.net/programs/behindthescenes

تفاصيل شراء الجزيرة لقنوات ART الرياضية، صحيفة سبق الالكترونية متوفر:

http://sabq.org/Home

الجزيرة الرياضية تبث الدوري الإنجليزي، **موقع قناة الجزيرة** متوفر:

http://www.aljazeera.net/news/sport

حرب التشفير تحرم أنصار الكرة العربية من متابعة مباريات كأس العالم، موقع قناة العربية الالكتروني متوفر:

http://www.alarabiya.net/articles/2005/09/11/16675.html

دوري أوروبا على الجزيرة الرياضية، صحيفة إيلاف الالكترونية متوفر:

http://elaph.com/ElaphWeb/Sports/2008/2/305561.htm

عبد الحكيم، أحمين (2005)، الجزيرة الرياضية تتحول إلى باقة من القنوات بعضها مشفر، موقع الجزيرة متوفر:

http://www.aljazeera.net/news/sport/

عواد، محمد (2014)، **سؤال الكثيرين .. لماذا تغير اسم الجزيرة الرياضية إلى بي ان سبورتس؟**، *مجلة سوبر* متوفر:

http://www.super.ae

مصطفى، محمد (2014)، فقهاء ودعاة يعتبرون فكّ شيفرة المباريات حراماً، صحيفة ال إمارات اليوم متوفر:

http://www.emaratalyoum.com/sports/local/2014-05-28-1.679986

الموقع الرسمي لاتحاد إذاعات الدول العربية، متوفر:

http://www.asbu.net/doc.php?docid=13&lang=ar

الموقع الرسمي لشبكة BeIN Sports متوفر:

http://www.beinsports.com/ar

تعريف جامعة اليرموك، الموقع الرسمي للجامعة متوفر:

http://www.yu.edu.jo

تعريف الجامعة الأردنية، الموقع الرسمي للجامعة متوفر:

http://ju.edu.jo/ar/arabic/Pages/AboutUJ.aspx

رسميا: الجزيرة الرياضية تشتري قنوات الـART ، الموقع الالكتروني لصحيفة الرياض متوفر:

http://www.alriyadh.com/476849

BeIN SPORTS تتجه لتأمين بث جميع قنواتها بحلول مونديال 2014، صحيفة العرب القطرية، متوفر:

http://alarab.qa/story

الموقع الالكتروني لصحيفة ذا جارديان البريطانية

http://www.theguardian.com/media/2000/may/08/bskyb.broadcasting

موقع كووورة:

http://www.kooora.com/?n=331420

د-المقابلات

مقابلة الأستاذ إبراهيم حدادين، مقدم برامج رياضية في قناة الدوري والكأس القطرية، بتاريخ 2015\12\15 عبر البريد الالكتروني.

مقابلة الأستاذ حبيب زعبلاوي، معد وصحفي أول في شبكة BeIN SPORTS، بتاريخ 2015\12\18 عبر الهاتف.

مقابلة الأستاذ عوني فريج، أمين عام الاتحاد العربي للصحافيين الرياضيين، بتاريخ 2015\12\10 في مكتبه في جريدة الأنباط.

مقابلة الأستاذ لطفي الزعبي، مقدم برامج رياضية في قناة العربية، بتاريخ 2015\12\3 عبر موقع التواصل الاجتماعي "Facebook".

الملحـــقات

ملحق رقم (1)

أسماء الأساتذة محكمين استبانة الدراسة

تم إجراء اختبار الصدق لأداة جمع البيانات (الاستبانة) عن طريق تحكيم الاستبانة من محكمين مختصين، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم، وهم:

الرقم	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص الأكاديمي	اسم الجامعة
1	**كامل خورشيد**	أستاذ مشارك	صحافة	الشرق الأوسط
2	**حاتم علاونة**	أستاذ مشارك	صحافة	اليرموك
3	**علاء الدليمي**	أستاذ مساعد	صحافة	اليرموك
4	**محمود السماسيري**	أستاذ مساعد	علاقات عامة	اليرموك
5	**يوسف أبو عيد**	أستاذ مساعد	علاقات عامة	اليرموك

ملحق رقم (2)

الاستبانة بعد التحكيم

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كليـــــــــــــــة الإعــــــــــــلام



أخي الطالب / اختي الطالبة

يجري الباحث دراسة حول "**استخدام طلبة الجامعات الأردنية لشبكة قنوات BeIN Sports والإشباعات المتحققة منها، طلبة الجامعتين: الأردنية واليرموك نموذجا**" آملاً التكرم بالإجابة عن أسئلة هذه الاستبانة بوضع إشارة X امام الإجابة التي تتوافق مع وجهة نظركم، مؤكداً ان جميع المعلومات الواردة فيها مخصصة للبحث العلمي فقط.

ولكم جزيل الشكر والتقدير

الباحــــــــــث

غيـــث العمـــري

0798991754

mr.ghayth@gmail.com

أولاً: ضع علامة (x) أمام معلوماتك الشخصية الصحيحة.

1) الجنس:

ذكر ☐ انثى ☐

2) المرحلة الأكاديمية:

دبلوم ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐

3) السنة الجامعية:

أولى ☐ ثانية ☐

ثالثة ☐ رابعة ☐

4) تخصص الدراسة:

علمي ☐ أدبي ☐

5) مكان السكن:

مدينة ☐ قرية ☐

ثانيا: ضع علامة (x) أمام الإجابة الصحيحة

1) متى تشاهد شبكة قنوات BeIN Sports؟

يومياً ☐ أسبوعياً ☐ شهرياً ☐

2) ما الفترة التي تفضل مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports فيها؟

صباحاً ☐ ظهراً ☐ مساءاً ☐ بعد منتصف الليل ☐

3) كيف تفضل مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports؟

وحيداً ☐ رفقة أصدقائي ☐ رفقة العائلة ☐

4) كم عدد الساعات التي تتابع فيها شبكة قنوات BeIN Sports يومياً؟

أقل من ساعة ☐ 1-2 ساعة ☐ 2-3 ساعة ☐ أكثر من 3 ساعات ☐

5) كيف تتابع شبكة قنوات BeIN Sports؟

عبر اشتراكي على التلفاز ☐ اشتراكي على الانترنت ☐

في المقاهي والتجمعات ☐ عند الأصدقاء ☐ وسائل غير مشروعة ☐

6) كم عدد الساعات التي تتابع فيها القناة الإخبارية في شبكة قنوات BeIN Sports؟

أقل من ساعة ☐ 1-2 ساعة ☐ 2-3 ساعة ☐ أكثر من 3 ساعات ☐

ثالثاً: ما هي درجة متابعتك للألعاب التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports؟

الرقم	الفقرة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منعدمة
1	كرة القدم				
2	كرة السلة				
3	كرة الطائرة				
4	كرة اليد				
5	التنس الأرضي				
6	الرياضات الميكانيكية (رياضات السرعة)				
7	ألعاب القوى				
8	ألعاب القتال				
9	الفروسية				
10	السباحة				
11	الجمباز				
12	الدراجات الهوائية				
	غير ذلك (يحددها الطالب)				

رابعاً: ما هي درجة متابعتك للأحداث الرياضية في المناطق الجغرافية التالية عبر شبكة قنوات BeIN Sports؟

الرقم	الفقرة	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منعدمة
1	إسبانيا				
2	إيطاليا				
3	إنجلترا				
4	ألمانيا				
5	فرنسا				
6	باقي دول القارة الأوروبية				
7	أمريكا الجنوبية				
8	أمريكا الشمالية				
9	الدول العربية				
10	دول شرق آسيا وقارة أوقيانوسيا				
11	القارة الإفريقية				

خامساً: ضع علامة (x) عند درجة الحاجة أو الدافع لمشاهدة شبكة قنوات BeIN Sport

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	متابعة اللعبة الرياضية المفضلة لديك.					
2	متابعة الفريق المفضل لديك.					
3	متابعة آخر الأخبار الرياضية.					
4	الحصول على المعلومات الرياضية.					
5	الترفيه والتسلية.					
6	الهروب من المشاكل الدراسية.					
7	الهروب من ضغوط اجتماعية.					
9	الحوار مع أصدقائي.					
10	الحوار مع أفراد عائلتي.					
11	التميز عن الآخرين.					
12	الاستماع للتعليق باللغة العربية.					
13	متابعة البرامج التي تقدمها الشبكة.					

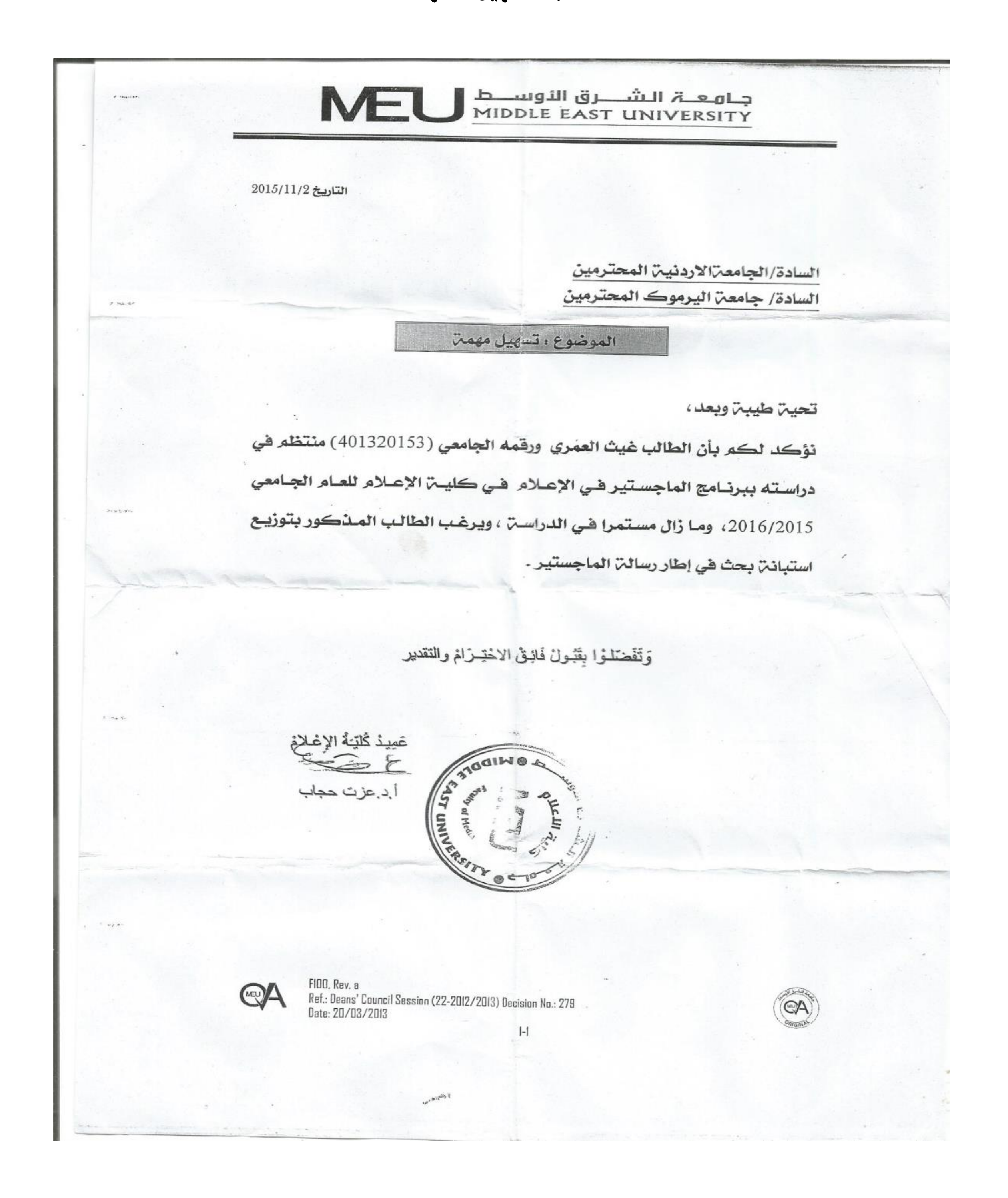
الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
14	متابعة الاستوديو التحليلي الخاص بالأحداث.					
15	متابعة التغطية الإخبارية للشبكة.					
16	تميز الكوادر العاملة في الشبكة.					
17	متابعة البرامج التي تقدمها الشبكة.					
18	احترافية النقل والتغطية للأحداث.					
19	تغطية غالبية الأحداث على مستوى العالم.					
20	غياب المنافس في المنطقة.					

سادساً: ضع علامة (x) عند درجة الإشباع المتحققة من مشاهدة شبكة قنوات BeIN Sports

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	عززت معلوماتي الرياضية					
2	معرفتي لآخر الأخبار الرياضية					
3	ساعدتني في متابعة الاحداث الرياضية المفضلة					
4	ساهمت في تحقيق التسلية والمتعة					
5	ساهمت في هروبي من الضغوط اليومية					
6	ساهمت في هروبي من مشاكل الدراسة					
7	ساعدتني في التميز عن الآخرين					
8	ساعدتني على تكوين علاقات جديدة					
9	ساعدتني في تكوين ميولي الرياضي					
10	معرفة أنماط حياة الشعوب الأخرى					
11	عززت من شعوري بتقدير الذات.					

ملحق رقم (3)

كتاب تسهيل المهمة



جـامعـة الشـــرق الأوســـط
MEU MIDDLE EAST UNIVERSITY

التاريخ 2015/11/2

السادة/الجامعة الاردنية المحترمين
السادة/ جامعة اليرموك المحترمين

الموضوع : تسهيل مهمة

تحية طيبة وبعد،

نؤكد لكم بأن الطالب غيث العمري ورقمه الجامعي (401320153) منتظم في دراسته ببرنامج الماجستير في الإعلام في كلية الإعلام للعام الجامعي 2016/2015، وما زال مستمرا في الدراسة ، ويرغب الطالب المذكور بتوزيع استبانة بحث في إطار رسالة الماجستير.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

عميد كلية الإعلام
أ.د.عزت حجاب

FIOO, Rev. a
Ref.: Deans' Council Session (22-2012/2013) Decision No.: 279
Date: 20/03/2013

1-1

ملحق رقم (4)

المقابلات

الأستاذ عوني فريج – الأمين العام لاتحاد الصحفيين الرياضيين العرب، وأمين صندوق اتحاد الإعلاميين الرياضيين في الأردن، ومدير الدائرة الرياضية في صحيفة الأنباط حالياً، والعرب اليوم سابقاً.

ما نقاط التحول في الإعلام الرياضي في الوطن العربي؟

مواكبة وسائل التكنولوجيا الحديثة والانفتاح عليها، فبات مؤخراً باستطاعة مراسل الصحيفة إرسال مادته الصحفية في ذات اللحظة، على عكس الفترات السابقة عندما كنا ننتظر الفاكس حتى نقوم بإرسال المواد، فقد يتأخر تقرير عن مباراة في كرة القدم أكثر من يومين حتى ينشر.

إضافة إلى ما سبق دخول الجانب العلمي والتدريسي في الإعلام، كما أن الكوادر أصبحت مثقفة أكبر، لتشكل بذلك إضافة كبيرة إلى جانب الخبرات التي تحتويها الوسائل الإعلامية.

بات يسهم نقل الأحداث الرياضية عبر القنوات التلفزيونية في تعزيز ثقافية الصحفيين ويسهل عليهم إنجاز موادهم الصحفية وتقاريرهم.

ماذا عن متابعة التلفزيون الرياضي المحلي؟

لم يعد التلفزيون الرياضي المحلي يشكل جذباً للشباب إلا عند بثه لإحدى مباريات الدوري الأردني الممتاز لكرة القدم، وفي أي لحظات أخرى لا يعد أداة جذب.

ماذا عن دور BeIN sports في تعزيز الرياضة؟

ساعدت بشكل واضح من خلال ترسيخها لمفهوم جديد في كرة القدم العالمية يسهم في تعزيز ثقافة الشباب، التي تنعكس على مستواه الأخلاقي.

المقابلات

الأستاذ إبراهيم حدادين – مقدم برامج في قناة الدوري والكأس القطرية والتلفزيون الأردني سابقاً

ما نقاط التحول الرئيسية في تاريخ الإعلام الرياضي في الوطن العربي؟

– دخول وسائل التكنولوجيا الحديثة ساهمت في التغير المبرمج من جيل إلى جيل حيث أصبح الخبر في متناول الجميع عبر وسائل الاتصال السريعة المتمثّلة بمواقع التواصل الاجتماعي او المواقع الالكترونية، ومن هنا حاول صناع القرار مواكبة هذا التقدم بتغيير الآلية والعقلية لدى الأشخاص.

– أصبحت اغلب المحطات مملوكة لأشخاص وهنا اصبحت الرؤية مختلفة عن النمط الحكومي الذي سيطر على الإعلام عقود طويلة.

– تنوع محطات التلفزة أعطى طابع تنافسي على الشاشة سواء كان إيجابي أو سلبي وأصبح المشاهد يختار بين الأفضل.

– تنوع المدارس الإعلامية من جيل إلى جيل حسب عقلية الإدارة باستقطاب كوادرها

ما الدوافع المؤدية لاستخدام التشفير في الوطن العربي، وما أهم تأثيراته في المرسل والمتلقي؟

– دخول العامل التجاري في المنظومة الرياضية هو السبب الرئيسي.

– سيطرة الشركات والمؤسسات العالمية على القطاع الرياضي أدى الى امتلاك الأندية ودخولها في عالم الاقتصاد وأصبحت الرياضة علامة تجارية وهنا أصبحت القنوات والإعلام الرسمي غير قادر على استمرارية المنافسة في ظل ارتفاع سوق اللاعبين من خلال صفقات البيع والشراء وأصبحت تتحكم في الإعلان التجاري

– أصبحت هذه المؤسسات او الشركات تبث الرسالة التي تريدها للمتلقي من خلال السيطرة على المادة بأهدافها الخاصة كونها الوحيدة التي تتحكم بالمباراة أو الخبر (المادة)

هل يعد النظام المستخدم حاليا في الشبكات العربية حداً للقرصنة؟

كل شبكة لها نقاط قوة وضعف لكن حقوق الملكية ووضع شارة القناة تقلص من القرصنة وخاصة في الدول التي ترتبط باتفاقيات دولية مما يسمح الها بمقاضاة الاخر

ما أسباب انخفاض متابعة القنوات الرياضية المحلية؟

– عدم القدرة على متابعة الأحداث العالمية وهي الأكثر مشاهده بسبب تكلفة النقل والحقوق.
– ضعف الامكانات الفنية من تجهيزات وأدوات حديثة مما يؤدي إلى ضعف الأداء.
– عدم استقطاب الخبرات وعدم إعطاء دورات للموظف لمواكبة التطور.
– مبدأ الثواب والعقاب غير موجود في هيكلية القنوات المحلية وعدم وضع الرجل المناسب في المكان المناسب.
– التقيد بخبر المسؤول أكثر من مضمون الحدث.

ما أسباب ارتفاع أسعار حقوق النقل في المنطقة العربية للأحداث العالمية نسبة إلى باقي دول العالم؟

يتسبب في ارتفاع أسعار الحقوق بعض الدول الخليجية التي تتمتع بدخل عالي لدى الفرد
– العرض والطلب للمادة الرياضية هي التي تفرض على صاحب الشأن التحكم بها وخاصة المباريات الجماهيرية
– عدم توفر الكثير من القنوات المنافسة في الدول العربية على استحواذ المادة او الحقوق
– الإعلان التجاري اثناء الحدث له دور كبير في الارتفاع

ما المقياس المستخدم لتصنيف شبكة أو قناة رياضية على أنها الرقم 1؟

- المتابعة الجماهيرية للقناة
- السيطرة على حقوق النقل التلفزيوني
- استقطاب خبرات وكفاءات عالية جدا
- إعطاء الحرية في التعبير والاجتهاد
- أُسلوب التغطية من قلب الحدث يعطي مصداقية أكثر للمشاهد

المقابلات

الأستاذ لطفي الزعبي – رئيس تحرير في قناة العربية ومقدم برامج رياضية–التلفزيون الأردني سابقاً

ما الأهداف المنشودة من القنوات التلفزيونية الرياضية في الوطن العربي عند نشأتها وما هي أولى القنوات المتخصصة في نقل الأحداث الرياضية؟

بالتأكيد تغطيه الجانب الاخباري للأحداث الرياضية ونقلها للمشاهد تعتبر من أهم الأهداف أضف إلى ذلك أن الانتصارات والفوز في المنافسات تكون مصدر فخر للدولة والشعب خصوصاً في الأحداث العالمية الكبيرة مثل كاس العالم والبطولات الأولمبية والدولية، وهناك نقطة مهمة أن أهل المدينة والقرية يشعرون بنشوة الفوز والفخر عندما يحقق أحد أبنائهم انتصارا إضافة إلى جذب الشباب نحو ممارسه النشاط الرياضي وابتعادهم عن السير في طريق قد يؤذيهم من مخدرات ومسكرات والقضاء على وقت الفراغ لكن تعتبر القنوات الرسمية الرياضية للدول هي التي بدأت في تغطيه النشاطات والبطولات الرياضية لكن عربيا تعد قناة ART الرياضية من السباقات وربما هي الأبرز في العشرين عاماً الماضية قبل أن يتم شرائها بالكامل من قناة الجزيرة الرياضية التي تغير اسمها لاحقا إلى بي ان سبورت.

ما سبب اختفاء الشبكات التي كانت تهيمن على بث أهم الأحداث الرياضية حول العالم في الوطن العربي؟

الخلافات العائلية هي السبب الرئيسي كما حصل لعائله الشيخ كامل صالح لقناه ART كما انً هناكً عروض مالية كبيرة ساهمت في التخلص من إرث القناة التي بدأت بالانهيار المهني وتسجيل خسائر مالية كبيرة.

ما دوافع انخفاض نسبة متابعة القنوات المحلية الرياضية في الوطن العربي؟

عجزها المالي وعدم القدرة على المنافسة بقوة وضعف الميزانيات الخاصة بها وعدم اختبار كفاءات مناسبة، إضافة إلى سوء التخطيط لها وعدم وجود نظام خاص ورؤيا بعيدة المدى.

ما تأثيرات التشفير السلبية والإيجابية في نقل الأحداث الرياضية بالنسبة للقنوات الرياضية والمتابعين في الوطن العربي؟

حرمان المشاهد من متابعه الأحداث بسبب الاحتكار في التغطية والجشع والطمع من قبل القنوات في تحقيق أرباح مالية كبيرة على حساب المشاهد يحرم جيل كامل من المعلومات والمعرفة والاطلاع على ما يحدث في العالم من نشاطات وبطولات كبيرة والتعرف إلى نجوم جدد وتثقيف المتابع وتعريفه بِما يدور من حوله.

المقابلات

الأستاذ حبيب زعبلاوي – صحفي أول ومعد في شبكة قنوات BeIN sports حالياً، أبو ظبي الرياضية وراديو وتلفزيون العرب سابقاً.

ما نقاط التحول الرئيسية في تاريخ الإعلام الرياضي في الوطن العربي؟

أبرز نقاط التحول تتصدرها ظهور قنوات عملاقة قدمت للمشاهد أكبر البطولات بداية من شبكة راديو وتلفزيون العرب (ART) ومرورا بقنوات BeIN sports الجزيرة الرياضية سابقاً، إضافة إلى وصول هذه القنوات إلى مواقع الحدث لأهم البطولات والتظاهرات الرياضية الكبيرة. ولا ننسى أيضا مواكبة ذلك مع النقلة النوعية الكبيرة في عالم الإنترنت وظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت مصدراً للأخبار.

ما الدوافع المؤدية لاستخدام التشفير في الوطن العربي، وهل يعد النظام المستخدم حاليا في الشبكات العربية حداً للقرصنة؟

الدوافع متعددة منها ما هو مادي حيث أن هذه القنوات تصرف مبالغ طائلة في سبيل شراء الحقوق والتغطية من قلب الحدث وتوفير فريق عمل على أعلى مستوى، والسبب الآخر هو تعليمات البطولة بحيث لا يمكن أن تبث بشكل مفتوح في بعض المناطق الجغرافية كي لا تتضارب مع قنوات أخرى لديها حقوق. أما النظام المستخدم حاليا يعد متينا بدرجة 90% خصوصا مع وجود جهاز خاص بالقناة لا يمكن فك تشفيره.

ما أسباب انخفاض متابعة القنوات الرياضية المحلية؟

الأسباب هي نوعية ما يقدم للمشاهد المحلي، إضافة إلى عدم وجود بطولات وأحداث رياضية كبيرة. وكذلك أيضا ضعف الكوادر المحلية خصوصاً بعد رحيل أبرز الكفاءات إلى الخارج.

هل تعد رسوم الاشتراك بالقنوات العربية المشفرة مرتفعة؟

لا يوجد ارتفاع في المنطقة العربية مقارنةً بمناطق أخرى حيث أن المشاهد في أوروبا يدفع أضعاف ما يدفعه المواطن العربي وفق ما يسمى بنظام الكابلات، ولكن المشكلة هي أن دخل المواطن العربي أقل وهو ما يجعلنا نعتبر أن قيمة الاشتراك كبيرة جداً.